

**EFEK FILM DOKUMENTER “SUPER SIZE ME”
TERHADAP PERUBAHAN KOGNISI DAN AFEKSI
KONSUMEN MAKANAN CEPAT SAJI DI KOTA
MAKASSAR (STUDI EKSPERIMENTAL)**

OLEH:

WIDYA TRIAYUASTUTI



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2013**

**EFEK FILM DOKUMENTER “SUPER SIZE ME”
TERHADAP PERUBAHAN KOGNISI DAN AFEKSI
KONSUMEN MAKANAN CEPAT SAJI DI KOTA
MAKASSAR (STUDI EKSPERIMENTAL)**

OLEH:

WIDYA TRIAYUASTUTI

E311 09 266

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Jurusan Ilmu Komunikasi*

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
2013**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Efek Film Dokumenter “Super Size Me” terhadap
Perubahan Kognisi Dan Afeksi Konsumen Makanan Cepat
Saji Di Kota Makassar (Studi Eksperimental).
Nama Mahasiswa : Widya Triayuastuti
Nomor Pokok : E 311 09 266

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Moeh. Iqbal Sultan, M.Si
NIP. 196312101991031002

Muliadi Mau.S.Sos.M.Si
NIP. 197012311998021002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr.H.Muhammad Farid,M.Si
NIP. 196107161987021001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Puji syukur kehadirat Allah SWT yang dengan kehendak-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “EFEK FILM DOKUMENTER “SUPER SIZE ME” TERHADAP PERUBAHAN KOGNISI DAN AFEKSI KONSUMEN MAKANAN CEPAT SAJI DI KOTA MAKASSAR (STUDI EKSPERIMENTAL)” ini dengan baik. Penelitian ini merupakan syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin.

Dalam proses pra-penelitian, pelaksanaan tindakan (*treatment*), dan post-penelitian, banyak pihak yang telah memberikan peneliti inspirasi dan bantuan yang tidak terhingga. Oleh karena itu, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Orang tua penulis, Ayahanda H.Sugito,S.E dan Ibunda Hj.Berlian, atas segala doa tiada henti dalam setiap sujud yang diliputi cinta dan kasih yang tulus dan penuh kesabaran, serta dukungan moril dan materil yang dengan ikhlas telah diberikan kepada penulis. Semoga Ayah dan Ibu selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Saudara-saudari penulis Wilujeng Kusumawardhany dan Galih Dwi Perkasa yang turut pula memberi dukungan kepada penulis. Semoga kita dapat selalu membanggakan dan memberikan yang terbaik kepada orang tua kita.

3. Dr. Muh. Iqbal Sultan, M.Si selaku Pembimbing I sekaligus Penasehat Akademik dan Muliadi Mau, S.Sos,M.Si selaku Pembimbing II, atas segala arahan, nasehat dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi penulis. Semoga bapak dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.
4. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, Dr. H. Muhammad Farid, M.Si dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi, Drs. Sudirman Karnay, M.Si atas segala bantuan dan nasehat dalam berbagai urusan yang berkaitan dengan perkuliahan hingga penelitian skripsi penulis. Semoga bapak dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Dosen-dosen Jurusan Ilmu Komunikasi atas segala ilmu yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Semoga amalan kalian akan mendapatkan balasan pahala yang berlimpah dari Allah SWT.
6. *Staff Officer* Jurusan Ilmu Komunikasi dan akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
7. Sahabat-sahabat penulis, Evi Efrina, Surya Cesaria, Astri Gina Hexana, Prsnady Ramadhansyah yang senantiasa selalu bersama-sama disisi penulis disaat bahagia maupun sedih, tempat penulis berbagi keluh kesah. Terimakasih atas doa dan semangat tiada henti dari kalian, semoga semua kebaikan kalian dibalas oleh Allah SWT.
8. Aditia Febriansyah yang telah meluangkan banyak waktu dan tenaga untuk selalu mendengarkan, memerhatikan, dan menenangkan penulis dalam kondisi apapun dan kapanpun, dengan atau tanpa diminta walaupun terpisah jarak. Semoga selalu dalam lindungan Allah SWT.

9. Saudara-saudari se-angkatan CURE 09, Nurmalasari Amri, Erbon Sahputra, Ratnasari Mashud, Rina Noviana, Marcelia Indriani, Titah Ayu Taroniarta, Alvidha Septianingrum, Nurmihailoa Nabiu, Meike Lusye Karolus, Rizki Amaliah, Chairunnisa Rahman, Mutmainnah Zainal, Rahmadayanti, Alien Chairina Husni, Sakinah Sudin, A. Wiwi Puji Lestari, Nur Ikhfa, Wahyuni, Rachel P. Siriwa, Daniella Putri, Sayed Achmad Perkasa Putra, A. Moeh. Mentarifajar, Muh. Alviansyah, Adityar, Sunarto, Azwar Marzuki, Muh. Zulkarnaim, Nadir Azwad, Syukur Adriansyah, Ferdian Zikran, Yohanes Kiding, Imam Pratama, Astri Gina Hexana, Surya Cesaria, dan Prasnady Ramadhansyah. Sukses selalu untuk kita semua.
10. Keluarga besar KOSMIK (Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi) yang telah memberikan banyak kesempatan kepada penulis untuk belajar dan mendapatkan banyak pengalaman, khususnya Kak Wanto, Kak Tri Ayu, Kak Qbond, Kak Dini, Kak Cokke, Kak Riza, Amal, Dede, Upay. “Kalaupun lama, walaupun jauh, kita kan selalu menyatu”.
11. Saudara-saudari KKN Gel.82 Posko Aluppang, Kecamatan Mattirobulu, Kabupaten Pinrang, Yuni Zulfiani, Haslinda Lestari, Muh. Qadli Tarmidzi, Muh. Sugandi Gani, Agung Pranata, Fathan Ali S, Muh. Rasul Gani, Abd. Kadir Djailani, A. Dedi Herfiawan yang juga telah saling memotivasi. Semoga kita semua dapat meraih apa yang kita cita-citakan.

12. Teman-teman Kelas XII IPA 1, SMA KARTIKA WIRABUANA-1

Makassar yang senantiasa memberikan semangat dan doa kepada penulis.

Sukses selalu untuk kita semua.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kesalahan sehingga penulis akan sangat bersyukur dan menerima jika pembaca memberikan kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki penelitian ini. Namun demikian, penulis tetap berharap bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, dan siapapun yang tertarik dengan penelitian efek dengan metode desain eksperimental. Sekian dan terimakasih. Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh.

Makassar, Juli 2013

Penulis

Abstrak

WIDYA TRIAYUASTUTI. *Efek Film Dokumenter Super Size Me Terhadap Perubahan Kognisi dan Afeksi Konsumen Makanan Cepat Saji Di Kota Makassar (Studi Eksperimental)*. (Dibimbing oleh Muh. Iqbal Sultan dan Muliadi Mau).

Tujuan penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui sikap konsumen makanan cepat saji terhadap makanan siap saji sebelum menonton film dokumenter *Super Size Me*. (2) Untuk mengetahui sikap konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji setelah menonton film dokumenter *Super Size Me*. (3) Untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen makanan cepat saji, sebelum dan setelah menonton film dokumenter *Super Size Me*.

Data dikumpulkan melalui dua cara, yaitu: (1) Studi Pustaka yaitu mempelajari dan mengkaji literatur yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas. (2) Desain Penelitian Eksperimental yaitu memberikan kuesioner pra-test kepada sampel, menonton film dokumenter *Super Size Me* sebagai bentuk *treatment*, kemudian sampel (konsumen makanan cepat saji) kembali diberikan kuesioner yang sama sebagai post-test.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan penilaian yang signifikan pada sampel sebelum dan setelah menonton film dokumenter *Super Size Me* dalam menilai makanan cepat saji, khususnya McDonald's, yang buruk bagi kesehatan. Uji hipotesis membuktikan bahwa H_1 dapat diterima. H_1 dalam penelitian ini adalah ada perbedaan penilaian pada konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji sebelum dan setelah menonton film dokumenter *Super Size Me*, hasil ini linear dengan hipotesis peneliti untuk menerima H_1 . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Film Dokumenter *Super Size Me* memiliki pengaruh terhadap konsumen makanan cepat saji McDonald's dalam menilai kandungan makanan cepat saji yang tidak sehat. Film dokumenter *Super Size Me* yang memberikan fakta-fakta menarik tentang kandungan makanan cepat saji yang tidak sehat nyatanya berhasil memberikan pengaruh yang signifikan pada konsumen makanan cepat saji baik dalam wilayah kognisi maupun afeksi.

Kata kunci : desain penelitian eksperimental, film dokumenter, komunikasi massa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
D. Kerangka Konseptual	12
E. Hipotesis	20
F. Defenisi Operasional	20
G. Metode Penelitian	21

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa	28
B. Media Massa	32

C. Film Dokumenter Sebagai Media Massa	33
D. Teori Efek	39
E. Penelitian Eksperimental	40

BAB III GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

Film Dokumenter <i>Super Size Me</i>	43
--	----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Responden	88
B. Pra Test (Sebelum Menonton Film Dokumenter <i>Super Size Me</i>)	81
C. Post Test (Setelah Menonton Film Dokumenter <i>Super Size Me</i>)	130
D. Perbandingan Pra Test dan Post Test (Sebelum dan Setelah Menonton Film Dokumenter <i>Sicko</i>	172
E. Perbandingan Tanggapan Konsumen McDonald's Sebelum dan Setelah Menonton Film Dokumenter <i>Super Size Me</i>	233
F. Uji Hipotesis	234

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	236
B. Saran	237

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Konseptual	19
Gambar 1.2. Desain A-B-A Eksperimental Quasi	25
Gambar 3.1. Poster Film <i>SUPER SIZE ME</i>	44
Gambar 3.2. Morgan Spurlock, Sutradara <i>Super Size Me</i>	82
Gambar 4.1. Kurva Uji Hipotesis	235

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentasi Populasi Market Global Konsumen Restoran Cepat Saji Minimal Seminggu Sekali (<i>AC Nielsen Online Consumer Service Survey</i>)	19
Tabel 1.2. Jumlah Konsumen <i>Dine-in</i> McDonald's Makassar	20
Tabel 4.1 Usia Responden	88
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	88
Tabel 4.3 McDonald's adalah makanan cepat saji yang memiliki gerai terbanyak di dunia	89
Tabel 4.4 McDonald's merupakan restoran cepat saji favorit	90
Tabel 4.5 McDonald's dikenal melalui iklan media massa	90
Tabel 4.6 Masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's	91
Tabel 4.7 Keluarga di Makassar banyak mengonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri	92
Tabel 4.8 McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak	93
Tabel 4.9 McDonald's menyajikan menu&layanan untuk anak-anak dan remaja	93
Tabel 4.10 Gerai McDonald's dibuat nyaman agar terjadi <i>repeat buying</i>	94
Tabel 4.11 McDonald's memiliki layanan ulang tahun terbaik	95
Tabel 4.12 McDonald's selalu menawarkan menaikkan porsi menu	95
Tabel 4.13 Harga menu McDonald's porsi besar dan kecil berbeda sedikit	96
Tabel 4.14 McDonald's memberi rincian bahan	97

Tabel 4.15 Menu McDonald's Amerika sama dengan Menu Indonesia	98
Tabel 4.16 McDonald's lebih murah	98
Tabel 4.17 McDonald's lebih higienis	99
Tabel 4.18 McDonald's lebih praktis	100
Tabel 4.19 Nasi McDonald's aman bagi kesehatan	100
Tabel 4.20 Ayam McDonald's aman bagi kesehatan	101
Tabel 4.21 Burger McDonald's aman bagi kesehatan	102
Tabel 4.22 Kentang McDonald's aman bagi kesehatan	102
Tabel 4.23 Spagetty McDonald's aman bagi kesehatan	103
Tabel 4.24 Nuggets McDonald's aman bagi kesehatan	103
Tabel 4.25 Pancake McDonald's aman bagi kesehatan	104
Tabel 4.26 Muffin McDonald's aman bagi kesehatan	105
Tabel 4.27 Bubur ayam McDonald's aman bagi kesehatan	105
Tabel 4.28 Sup McDonald's aman bagi kesehatan	106
Tabel 4.29 Es Krim McDonald's aman bagi kesehatan	107
Tabel 4.30 Salad McDonald's aman bagi kesehatan	107
Tabel 4.31 Soda McDonald's aman bagi kesehatan	108
Tabel 4.32 Teh McDonald's aman bagi kesehatan	109
Tabel 4.33 Kopi McDonald's aman bagi kesehatan	109
Tabel 4.34 Milo McDonald's aman bagi kesehatan	110
Tabel 4.35 Air mineral McDonald's aman bagi kesehatan	110
Tabel 4.36 Menu minuman McDonald's lainnya aman bagi kesehatan	111
Tabel 4.37 Menu McDonald's selain salad mengandung lemak dan gula	

yang tinggi dan dapat membahayakan kesehatan	112
Tabel 4.38 Menu McDonald's ukuran besar kalorinya lebih banyak	112
Tabel 4.39 Mengkonsumsi McDonald's menyebabkan obesitas	113
Tabel 4.40 Mengkonsumsi McDonald's tanpa olahraga menyebabkan obesitas	114
Tabel 4.41 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit hipertensi	114
Tabel 4.42 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit jantung	115
Tabel 4.43 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit stroke	116
Tabel 4.44 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit batu empedu	116
Tabel 4.45 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit keropos tulang	117
Tabel 4.46 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan tidur	118
Tabel 4.47 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit sulit bernafas	118
Tabel 4.48 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker rahim	119
Tabel 4.49 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker payudara	120
Tabel 4.50 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker prostat	120
Tabel 4.51 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker usus	121
Tabel 4.52 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kelebihan lemak jahat	122
Tabel 4.53 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit lemak hati	122
Tabel 4.54 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gula	123

Tabel 4.55 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit asma	124
Tabel 4.56 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit asam urat	124
Tabel 4.57 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan reproduksi	125
Tabel 4.58 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan haid	126
Tabel 4.59 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan Kesuburan	126
Tabel 4.60 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit diabetes akut	127
Tabel 4.61 Mengkonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan	128
Tabel 4.62 Menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif	128
Tabel 4.63 Mengkonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi	129
Tabel 4.64 McDonald's adalah makanan cepat saji yang memiliki gerai terbanyak di dunia	130
Tabel 4.65 McDonald's merupakan restoran cepat saji favorit	131
Tabel 4.66 McDonald's dikenal melalui iklan media massa	131
Tabel 4.67 Masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's	132
Tabel 4.68 Keluarga di Makassar banyak mengonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri	133
Tabel 4.69 McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak	133
Tabel 4.70 McDonald's menyajikan menu&layanan untuk anak-anak dan remaja	134

Tabel 4.71 Gerai McDonald's dibuat nyaman agar terjadi <i>repeat buying</i>	135
Tabel 4.72 McDonald's memiliki layanan ulang tahun terbaik	135
Tabel 4.73 McDonald's selalu menawarkan menaikkan porsi menu	136
Tabel 4.74 Harga menu McDonald's porsi besar dan kecil berbeda sedikit	137
Tabel 4.75 McDonald's memberi rincian bahan	138
Tabel 4.76 Menu McDonald's Amerika sama dengan Menu Indonesia	139
Tabel 4.77 McDonald's lebih murah	140
Tabel 4.78 McDonald's lebih higienis	140
Tabel 4.79 McDonald's lebih praktis	141
Tabel 4.80 Nasi McDonald's aman bagi kesehatan	142
Tabel 4.81 Ayam McDonald's aman bagi kesehatan	142
Tabel 4.82 Burger McDonald's aman bagi kesehatan	143
Tabel 4.83 Kentang McDonald's aman bagi kesehatan	144
Tabel 4.84 Spagetti McDonald's aman bagi kesehatan	144
Tabel 4.85 Nuggets McDonald's aman bagi kesehatan	145
Tabel 4.86 Pancake McDonald's aman bagi kesehatan	146
Tabel 4.87 Muffin McDonald's aman bagi kesehatan	146
Tabel 4.88 Bubur ayam McDonald's aman bagi kesehatan	147
Tabel 4.89 Sup McDonald's aman bagi kesehatan	148
Tabel 4.90 Es Krim McDonald's aman bagi kesehatan	148
Tabel 4.91 Salad McDonald's aman bagi kesehatan	149
Tabel 4.92 Soda McDonald's aman bagi kesehatan	150
Tabel 4.93 Teh McDonald's aman bagi kesehatan	150

Tabel 4.94 Kopi McDonald's aman bagi kesehatan	151
Tabel 4.95 Milo McDonald's aman bagi kesehatan	152
Tabel 4.96 Air mineral McDonald's aman bagi kesehatan	152
Tabel 4.97 Menu minuman McDonald's lainnya aman bagi kesehatan	153
Tabel 4.98 Menu McDonald's selain salad mengandung lemak dan gula yang tinggi dan dapat membahayakan kesehatan	154
Tabel 4.99 Menu McDonald's ukuran besar kalorinya lebih banyak	154
Tabel 4.100 Mengkonsumsi McDonald's menyebabkan obesitas	155
Tabel 4.101 Mengkonsumsi McDonald's tanpa olahraga menyebabkan obesitas	156
Tabel 4.102 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit hipertensi	156
Tabel 4.103 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit jantung	157
Tabel 4.104 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit stroke	158
Tabel 4.105 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit batu empedu	158
Tabel 4.106 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit keropos tulang	159
Tabel 4.107 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan tidur	159
Tabel 4.108 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit sulit bernafas	160
Tabel 4.109 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker rahim	161
Tabel 4.110 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker payudara	161
Tabel 4.111 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker prostat ...	162

Tabel 4.112 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker usus	163
Tabel 4.113 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kelebihan lemak jahat	163
Tabel 4.114 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit lemak hati	164
Tabel 4.115 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gula	165
Tabel 4.116 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit asma	165
Tabel 4.117 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit asam urat	166
Tabel 4.118 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan reproduksi	167
Tabel 4.119 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan haid	167
Tabel 4.120 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan kesuburan	168
Tabel 4.121 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit diabetes akut	169
Tabel 4.122 Mengkonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan	169
Tabel 4.123 Menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif	170
Tabel 4.124 Mengkonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi	171
Tabel 4.125 McDonald's adalah makanan cepat saji yang memiliki gerai terbanyak di dunia	172
Tabel 4.126 McDonald's merupakan restoran cepat saji favorit	173
Tabel 4.127 McDonald's dikenal melalui iklan media massa	174
Tabel 4.128 Masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan	

cepat saji McDonald's	175
Tabel 4.129 Keluarga di Makassar banyak mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri	176
Tabel 4.130 McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak	177
Tabel 4.131 McDonald's menyajikan menu&layanan untuk anak-anak dan remaja	178
Tabel 4.132 Gerai McDonald's dibuat nyaman agar terjadi <i>repeat buying</i>	179
Tabel 4.133 McDonald's memiliki layanan ulang tahun terbaik	180
Tabel 4.134 McDonald's selalu menawarkan menaikkan porsi menu	181
Tabel 4.135 Harga menu McDonald's porsi besar dan kecil berbeda sedikit	182
Tabel 4.136 McDonald's memberi rincian bahan	183
Tabel 4.137 Menu McDonald's Amerika sama dengan Menu Indonesia	184
Tabel 4.138 McDonald's lebih murah	185
Tabel 4.139 McDonald's lebih higienis	186
Tabel 4.140 McDonald's lebih praktis	187
Tabel 4.141 Nasi McDonald's aman bagi kesehatan	188
Tabel 4.142 Ayam McDonald's aman bagi kesehatan	189
Tabel 4.143 Burger McDonald's aman bagi kesehatan	190
Tabel 4.144 Kentang McDonald's aman bagi kesehatan	191
Tabel 4.145 Spagetty McDonald's aman bagi kesehatan	192
Tabel 4.146 Nuggets McDonald's aman bagi kesehatan	193
Tabel 4.147 Pancake McDonald's aman bagi kesehatan	194
Tabel 4.148 Muffin McDonald's aman bagi kesehatan	195

Tabel 4.149 Bubur ayam McDonald's aman bagi kesehatan	196
Tabel 4.150 Sup McDonald's aman bagi kesehatan	197
Tabel 4.151 Es Krim McDonald's aman bagi kesehatan	198
Tabel 4.152 Salad McDonald's aman bagi kesehatan	199
Tabel 4.153 Soda McDonald's aman bagi kesehatan	200
Tabel 4.154 Teh McDonald's aman bagi kesehatan	201
Tabel 4.155 Kopi McDonald's aman bagi kesehatan	202
Tabel 4.156 Milo McDonald's aman bagi kesehatan	203
Tabel 4.157 Air mineral McDonald's aman bagi kesehatan	204
Tabel 4.158 Menu minuman McDonald's lainnya aman bagi kesehatan	205
Tabel 4.159 Menu McDonald's selain salad mengandung lemak dan gula yang tinggi dan dapat membahayakan kesehatan	206
Tabel 4.160 Menu McDonald's ukuran besar kalorinya lebih banyak	207
Tabel 4.161 Mengkonsumsi McDonald's menyebabkan obesitas	208
Tabel 4.162 Mengkonsumsi McDonald's tanpa olahraga menyebabkan obesitas	209
Tabel 4.163 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit hipertensi	210
Tabel 4.164 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit jantung	211
Tabel 4.165 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit stroke	212
Tabel 4.166 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit batu empedu	213
Tabel 4.167 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit keropos tulang	214
Tabel 4.168 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan	

tidur	215
Tabel 4.169 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit sulit bernafas	216
Tabel 4.170 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker rahim	217
Tabel 4.171 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker	
payudara	218
Tabel 4.172 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker prostat ...	219
Tabel 4.173 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kanker usus	220
Tabel 4.174 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit kelebihan	
lemak jahat	221
Tabel 4.175 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit lemak hati	222
Tabel 4.176 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gula	223
Tabel 4.177 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit asma	224
Tabel 4.178 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit asam urat	225
Tabel 4.179 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan	
reproduksi	226
Tabel 4.180 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit	
gangguan haid	227
Tabel 4.181 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit gangguan	
kesuburan	228
Tabel 4.182 Obesitas menyebabkan rentan terhadap penyakit diabetes akut	229
Tabel 4.183 Mengkonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan	230
Tabel 4.184 Menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif	231
Tabel 4.185 Mengkonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan	

gangguan konsentrasi	232
Tabel 4.186 Perbandingan Hasil Pra-Test dan Post-Test	233
Tabel 4.187 Hasil Uji t-test	234

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia dan komunikasi adalah dua elemen dalam hidup yang tidak dapat dipisahkan. Komunikasi adalah tindakan atau perilaku mengirim pesan, ide, dan pendapat dari seseorang ke orang lainnya. (Biagi, 2007:8). Proses komunikasi ini akan berlangsung secara berulang dan terus menerus selama hidup manusia.

Setiap bentuk komunikasi melibatkan jumlah orang yang berbeda dengan cara spesifik. Berkomunikasi dalam jumlah yang cukup besar, disebut dengan komunikasi massa. Definisi mengenai komunikasi massa dikemukakan oleh Josep A. Devito (Nurudin, 2011:11) :

First, mass communication is communication addressed to masses, to an extremely large science. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined. Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitter. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspaper, magazines, films, books, and tapes.

Pernyataan Devito di atas dapat diartikan bahwa komunikasi massa ditujukan kepada khalayak yang luar biasa banyak. Hal ini tidak berarti bahwa khalayak mencakup seluruh masyarakat atau semua orang yang membaca atau menonton, melainkan berarti *audience* yang *large* (besar) dan sulit didefinisikan. Komunikasi massa disalurkan oleh pemancar audio dan atau visual yang lebih mudah didefinisikan menurut bentuknya seperti

televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku, dan pita. Definisi lain mengenai komunikasi massa adalah komunikasi dari seseorang atau kelompok orang melalui alat pengirim (medium) kepada para khalayak atau pasar. (Biagi, 2007:9).

Berdasarkan dua definisi komunikasi massa di atas, maka medium (media) massa merupakan bagian terpenting dari berlangsungnya proses komunikasi massa dalam menyebarkan informasi.

Media massa adalah saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa. (West, 2008:41). Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan entertainment (hiburan). Komunikasi dengan menggunakan media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif dalam mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi seseorang.

Sebagai media massa yang mengalami kemajuan pesat hingga detik ini, film dipilih sebagai alat penyambung opini dan pendapat yang dimiliki para pembuat film. Bordwell (1985:21) mendefinisikan: Film adalah sebuah cara bertutur – ada tema, tokoh, cerita, secara audiovisual, yang pada akhirnya mengkomunikasikan suatu pesan, baik secara eksplisit maupun implisit secara dramatik.

Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas. Menurut Pratista (2008:4) Film terbagi menjadi tiga jenis, yaitu Film Dokumenter, Film Fiksi, dan Film Eksperimental.

Film dokumenter merupakan rekonstruksi peristiwa riil yang dapat dilihat sehari-hari tanpa adanya unsur buatan didalamnya, dibangun berdasarkan sebuah bentuk aktualitas dan realitas yang ada. Menurut Nichols (1991:111), seorang pengamat dan pengajar dokumenter, dalam bukunya yang berjudul *Representing Reality* : Film dokumenter adalah upaya menceritakan kembali sebuah kejadian atau realitas, menggunakan fakta dan data. “Kejadian” yang dimaksud oleh Nichols adalah apa yang terlihat nyata oleh pembuat film. Sesuatu yang mengganggu dan memunculkan banyak pertanyaan dalam benak sang pembuat film, sehingga untuk menjawab semuanya itu maka pembuat film harus melakukan sejumlah bentuk pencarian “fakta” dan “data”.

Film dokumenter memiliki peran dalam mempengaruhi khalayak untuk berfikir dan bersikap. Selayaknya media massa, selain fungsi mempengaruhi khalayak, film dokumenter juga memiliki fungsi sebagai sarana hiburan, fungsi informatif, edukatif, dan persuasif. (Ardianto, 2007:145).

1. Sarana Hiburan (Entertainment)

Tidak bisa dibantah lagi bahwa pada kenyataannya hampir semua media menjalankan fungsi hiburan, tidak terkecuali dengan film dokumenter. Film dokumenter tidak jauh berbeda dengan program-program berita

yang ditayangkan televisi. Melalui berbagai macam tema film dokumenter membuat khalayak dapat memperoleh dan memilih hiburan yang dikehendakinya. Fungsi dari media massa sebagai fungsi menghibur tiada lain tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran khalayak, karena dengan membaca berita-berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali. (Ardianto, 2007: 17)

2. Fungsi Informatif

Media massa merupakan penyebar informasi bagi khalayak. Melalui media massa seperti film dokumenter, penonton disajikan fakta-fakta yang berisi banyak informasi sesuai dengan kepentingan masing-masing.

3. Fungsi Edukatif

Media massa seperti film merupakan sarana pendidikan. Fungsi ini dapat tercapai apabila film-film memproduksi tentang sejarah yang objektif, atau film dokumenter dan film yang diangkat dari kehidupan sehari-hari secara berimbang.

4. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif atau memengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial dalam media cetak, *features*, iklan, artikel, dan sebagainya. Dalam film pun, unsur memengaruhi tetap ada, apalagi tema cerita yang diangkat dekat dengan kebiasaan sehari-hari dari penonton. Tema-tema yang dapat memengaruhi seperti tema cinta, persahabatan, kesehatan, keluarga, dan sebagainya.

Kepatuhan memegang teguh landasan aktualitas dan realitas, membuat film dokumenter semakin berkembang dan melahirkan banyak karya. Tak jarang karya-karya besar film dokumenter menjadi pembicaraan dunia. Salah satunya film dokumenter yang berjudul *Super Size Me*. Film yang disutradarai dan diperankan oleh Morgan Spurlock, seorang pembuat film independen Amerika, memenangkan penghargaan kategori Best Director Sundance Film Festival, sebuah festival film dokumenter ternama dunia.

Film ini menceritakan perjalanan Spurlock dalam satu periode tertentu selama sebulan penuh (terhitung sejak 1 Februari-2 Maret 2003) hanya mengonsumsi makanan dari *McDonald's*. Selama periode tersebut terjadi perubahan dratis yang menyerang Spurlock dari segi fisik hingga psikis. Tidak hanya itu saja, film ini juga menyinggung banyak tentang pengaruh industri perusahaan makanan cepat saji, termasuk bagaimana mereka mendorong gizi yang buruk demi meraup keuntungan sendiri.

Film dokumenter *Super Size Me*, sebagai salah satu bentuk media massa menghadirkan fakta-fakta menarik kepada para penggemar makanan cepat saji. Tujuan Spurlock sangat jelas, dengan menyajikan banyak fakta penting tentang kesehatan, diharapkan konsumen lebih *aware* terhadap ancaman yang dibawa oleh perilaku ekstrim mereka dalam mengonsumsi makanan cepat saji terutama *McDonald's*.

Film dokumenter *Super Size Me* memiliki kekuatan besar untuk memengaruhi khalayak. Menurut Ibnu Hammad (Suprpto, 2011:98-99) dalam bukunya *Konstruksi Realitas Politik dalam Media Massa : isi media*,

dalam hal ini film, pada hakikatnya adalah hasil konstruksi realitas dengan bahasa sebagai perangkat dasarnya. Sedangkan bahasa bukan saja alat mempresentasikan realitas, namun juga bisa menentukan relief seperti apa yang diciptakan oleh bahasa tentang realitas.

Akibatnya, media massa film mempunyai peluang sangat besar untuk mempengaruhi makna dan gambaran yang dihasilkan dari realitas yang dikonstruksinya. Setiap upaya “menceritakan” sebuah peristiwa., keadaan tanda atau apapun pada hakikatnya adalah usaha mengkonstruksi realitas.

Super Size Me diasumsikan dapat mempengaruhi penontonnya pada tataran kognisi (informasi) khalayak. Bahkan lebih jauh dapat mempengaruhi hingga tahap afeksi dan konasi (perilaku khalayak). Hal ini dikarenakan masalah kesehatan paling banyak menarik perhatian setiap orang. Tindakan berani Spurlock dalam film untuk membuktikan efek buruk dari mengkonsumsi makanan cepat saji melalui dirinya akan semakin meyakinkan penonton. Pada *scene* penutup Spurlock menampilkan gambar nisan yang bertuliskan Ronald McDonald 1954-2012 diikuti oleh *voice over* yang mengatakan “*Who do you wanna see go first, you or them.*”

McDonald's bukan satu-satunya makanan cepat saji yang menyumbang lemak terbanyak di Amerika Serikat, sehingga membuat penduduknya masuk dalam daftar *the fatties country in the world*. Perkembangan perusahaan makanan cepat saji tidak hanya terjadi di AS, tetapi juga telah masuk ke Indonesia. Beberapa *brand* makanan cepat saji yang terkenal seperti KFC, A&W, Wendy's, Dominos Pizza, dan tentu saja *McDonald's* (McD) dapat

kita temui dengan mudah disudut-sudut kota-kota besar Indonesia, tidak terkecuali Makassar.

Berdasarkan data dari *AC Nielsen Online Consumer Service*, Oktober 2007, menunjukkan bahwa Indonesia masuk ke dalam 10 besar *market global* untuk konsumsi *fast food* dalam satu minggu. Hal ini bisa berarti bahwa masyarakat Indonesia adalah konsumen aktif dari makanan cepat saji dalam kurun waktu satu minggu.

PRESENTASE POPULASI MARKET KOSUMEN RESTORAN CEPAT SAJI MINIMAL SEMINGGU SEKALI	
Hong Kong	61 %
Malaysia	59 %
Filipina	54 %
Singapura	50 %
Thailand	44 %
Cina	41 %
India	37 %
A.S	35 %
Australia	30 %
INDONESIA	28 %

Tabel 1.2 (Sumber: ACNielsen Online Consumer Survey, Oktober 2007)

Sejak dibuka pertama kali di Makassar pada sekitar tahun 2001, *McDonald's* langsung ramai oleh konsumen. *McDonald's* bahkan berhasil membuka 2 restoran baru di kota Makassar.

Pada tahun 2012, *McDonald's* menempati peringkat pertama untuk kategori *fast food* pada ajang penghargaan *Makassar Most Favorite Award Culinary 2012*. Hasil survey yang dilakukan kepada 300 responden manager dan supervisor di Makassar menunjukkan bahwa Most Favorite Index untuk

McDonald's mencapai 44,38%, sehingga *McDonald's* memperoleh predikat *most favorite*. (Majalah Makassar Terkini, Desember 2012, ed).

McDonald's adalah restoran cepat saji pertama yang memiliki layanan *24 hours*, artinya *McDonald's* beroperasi melayani konsumen selama 24 jam penuh. Menu yang mereka sajikan pun bertambah untuk menyemarakkan layanan tersebut yaitu *McDonald's Breakfast Menu*.

Berdasarkan hasil pra-survei dengan bertanya langsung kepada konsumen makanan cepat saji, menunjukkan bahwa ada beberapa alasan yang mendukung konsumen memilih *McDonald's*, antara lain: restorannya yang nyaman, menyediakan wifi gratis, rasa menu *McDonald's* lebih enak dari restoran lainnya, dan sebagainya. (Pra-survei berlangsung pada bulan Februari 2013).

Observasi terhadap pengunjung di tiga restoran *McDonald's* di Makassar, yaitu Mall Ratu Indah, Jl. A.P Pettarani dan Jl. Sultan Alauddin Makassar menunjukkan bahwa konsumen *McDonald's* dalam sehari bisa mencapai hingga 384 orang pada hari biasa (*weekdays*) dan meningkat menjadi dua kali lipat pada akhir pekan (*weekends*).

Jumlah Rata-Rata Konsumen <i>Dine-in</i> McDonald's Makassar Dalam Sehari	
Lokasi McDonald's	Jumlah Konsumen
Mall Ratu Indah (MaRI)	563 orang
Jl. Sultan Alauddin	275 orang
Jl. A.P. Pettarani	293 orang
Jumlah Rerata	384 orang

Tabel 1.1 Jumlah Rata-Rata Konsumen *Dine-in* McDonald's Makassar Dalam Sehari (Sumber: Observasi Lapangan, Februari 2013)

Fenomena meningkatnya jumlah konsumen makanan cepat saji tidak dibarengi dengan kesadaran (*awareness*) konsumen terhadap bahaya tindakan konsumtif mereka. Apalagi hal ini menyangkut kesehatan fisik maupun psikis. Mengonsumsi *fast food* dengan perilaku ekstrim akan berdampak pada bertumpuknya penyakit dalam tubuh sehingga menyebabkan kemalasan dan sebagainya.

Efek yang dihasilkan oleh film *Super Size Me* ini sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut, salah satunya dengan menggunakan teknik studi eksperimental. Studi ini pada awalnya hanya digunakan oleh ilmuwan di bidang eksakta, tetapi berkembang dan kemudian digunakan juga di bidang sosial. Penelitian ini memberikan 3 bentuk perlakuan kepada subjek penelitian, yaitu pertama subjek penelitian diberikan pre-test berupa kuesioner yang terkait dengan penelitian, selanjutnya subjek penelitian diberikan semacam treatment, dalam hal ini menonton film bersama. Setelah itu subjek akan diberikan kuesioner post-test untuk membandingkan perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah treatment.

Pengujian efek film dokumenter *Super Size Me* mengambil subjek yang memiliki kedekatan terhadap isu dalam film sehingga peneliti memutuskan mengambil para konsumen makanan cepat saji yang memiliki perilaku ekstrim dalam mengonsumsi *McDonald's*. Selain alasan kedekatan isu, diharapkan para konsumen akan lebih *aware* terhadap kesehatan mereka seperti yang digambarkan oleh Spurlock dalam film.

Berdasarkan hal-hal yang telah dipaparkan di atas, peneliti kemudian memilih untuk mengkaji lebih dalam efek film dokumenter *Super Size Me* karya Morgan Spurlock dengan menggunakan studi eksperimental dalam bentuk skripsi yang berjudul :

EFEK FILM DOKUMENTER “SUPER SIZE ME” TERHADAP PERUBAHAN KOGNISI DAN AFEKSI KONSUMEN MAKANAN CEPAT SAJI DI KOTA MAKASSAR (STUDI EKSPERIMENTAL).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti hendak melakukan penelitian dengan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah sikap konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji, sebelum menonton film Super Size Me?
2. Bagaimanakah sikap konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji, setelah menonton film Super Size Me?
3. Apakah ada perbedaan sikap konsumen makanan cepat saji, sebelum dan setelah menonton film Super Size Me?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui sikap konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji sebelum menonton film Super Size Me.
- b. Untuk mengetahui sikap konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji setelah menonton film Super Size Me.
- c. Untuk mengetahui perbedaan sikap konsumen makanan cepat saji, sebelum dan setelah menonton film Super Size Me.

2. Kegunaan Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam Ilmu Komunikasi, khususnya mengenai efek media dalam film dokumenter.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi dalam penelitian mengenai media massa film dokumenter.

D. Kerangka Konseptual

1. Teori Efek Media Massa

Komunikasi massa berasumsi bahwa media massa merupakan alat yang kuat dalam membentuk opini serta memiliki efek yang signifikan dalam perilaku.

Efek media massa adalah sebuah konsekuensi dari apa yang media massa perbuat, baik disengaja maupun tidak. Ada tiga dimensi efek pesan dari komunikasi massa, yaitu: kognitif, afektif, dan konatif. (Ardianto, 2007: 52)

1. Efek Kognitif/Perspektual

Komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan dan bagaimana orang mempersepsi objek. Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya.

2. Efek Afektif/Emosional

Berhubungan dengan rasa senang atau susah terhadap objek sebagai arah sikap positif atau negatif. Efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif. Diharapkan khalayak tidak sekedar hanya tahu saja, tetapi lebih lanjut diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

3. Efek Konatif/Perilaku

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku. Berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap, menunjukkan perilaku orang terhadap objek, intensitas sikap yaitu besar kecilnya kecenderungan berperilaku.

2. Media Massa (Film Dokumenter) Saluran Propaganda dan Advokasi.

Media massa adalah alat yang dipergunakan untuk menyampaikan informasi yang bersifat penting dalam skala yang luas. Media massa juga merupakan jenis media yang ditunjukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim, sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. (Suprpto, 2011:94).

Salah satu media massa yang relatif banyak digunakan yaitu film dokumenter. Sejak kemunculannya pada periode sebelum, selama dan bahkan setelah Perang Dunia II, film dokumenter telah memikat banyak

organisasi politik dalam menyebarkan propaganda. Film dokumenter dipilih karena diklaim memegang teguh asas *truthfulness* dan *fidelity to real life*. Bentuk film dokumenter ini disebut juga dengan *Propaganda Documentaries*. Walaupun film dokumenter propaganda dapat dibuat oleh siapa saja tetapi penggunaan media massa ini lebih banyak oleh organisasi-organisasi politik atau pemerintah sehingga lebih sering dikonotasikan dengan mereka. Aufderhaide (2007:65) mengemukakan:

“Propaganda documentaries are made to convince viewers of an organization’s point of view or cause. These films peddle the convictions not of the filmmaker but of the organization, although some makers fully support the cause. Although such work might be generated by anyone, including advertisers and activists, the term ‘propaganda’ is more often connoted with governments.”

Aufderhaide menerangkan bahwa Dokumenter Propaganda dibuat untuk meyakinkan pemirsa terhadap sudut pandang yang dimiliki organisasi dan penyebab dibalik sebuah kejadian. Film ini menjajikan keyakinan bukan dari sisi pembuat film tetapi dari sisi organisasi, meskipun beberapa pembuat film mendukung penuh alasan mengapa film tersebut diproduksi. Pekerjaan seperti ini (produksi film) mungkin bisa dihasilkan oleh siapa saja, termasuk pengiklan dan para aktivis, tetapi istilah propaganda telah sangat melekat dan lebih sering dikonotasikan dengan pemerintah.

Selain sebagai media penyebar propaganda, media massa seperti film dokumenter juga membawa pesan sebagai media yang mengadvokasi. Perbedaan antara keduanya adalah propaganda digunakan

oleh seseorang atau kelompok yang punya tujuan tertentu dan ingin mendapatkan dukungan sehingga lebih diidentikkan dengan pemerintah atau organisasi politik seperti penjabaran sebelumnya sedangkan advokasi lebih kepada sesuatu yang kurang diperhatikan, padahal esensial adanya. Misalnya film-film dengan isu Global Warming, human trafficking, kesehatan, dan sebagainya. Akan tetapi tidak menutup kemungkinan dalam satu karya film dokumenter terdapat dua unsur sekaligus didalamnya, baik propaganda maupun advokasi.

Film dokumenter yang diproduksi untuk kepentingan politik, oleh para advokat dan aktivis, mengangkat isu-isu yang mirip dengan film dokumenter propaganda pemerintah tapi beroperasi dalam konteks yang berbeda. Film dokumenter advokasi bertindak lebih pada isu-isu yang lebih spesifik dan lebih dekat ke masyarakat dengan menampilkan sebuah *reality* kehidupan pemirsanya.

Advocacy films are usually highly focused and designed to motivate viewers to a particular action. Like government propaganda films, they may be made in good faith by people who profoundly agree with an organization's agenda. They, like propaganda films, deserve attention from anyone who wants to understand the techniques of persuasion—and nothing persuades like reality. (Patricia Aufderheide., 2007:78)

Film *Super Size Me* adalah satu dari banyak contoh film dokumenter yang memiliki kedua unsur propaganda dan advokasi. Film ini mengangkat isu tentang kesehatan, fenomena obesitas di Amerika Serikat, dan tentang kasus dua orang anak yang menderita obesitas lalu menggugat *McDonald's* sebagai penyebabnya.

3. Teori Model Komunikasi Stimulus-Organism-Response (SOR)

Teori persuasi ini merupakan teori yang paling sederhana, yang menjelaskan bahwa hubungan antara sumber dan penerima itu sama dengan hubungan antara Stimulus (S) dan Response (R). (Liliweri,2011: 297).

Jadi sumber mengirim semacam stimulus (rangsangan) pesan dalam tanda dan simbol tertentu yang akan direspon oleh penerima. Stimulus-Organism-Response atau yang lebih dikenal dengan model komunikasi SOR merupakan suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi. Objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen seperti sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.

Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Menurut teori SOR komunikasi merupakan proses aksi-reaksi, artinya bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Unsur-unsur dalam model ini adalah pesan (stimulus, S), komunikan (organism, O), dan efek (response, R).

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar,. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

1. Stimulus (rangsang) yang diberikan organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
2. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
3. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula. Mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting yaitu perhatian, pengertian, dan penerimaan.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak, komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesiediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok, atau masyarakat.

Dari penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan kedalam suatu kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1.1 Kerangka Konseptual

E. Hipotesis

Untuk menjawab penelitian ini maka peneliti menghadirkan situasi yaitu H_1 yang berarti ada perbedaan penilaian pada konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji *McDonald's*, sebelum dan setelah menonton film *Super Size Me*.

Artinya H_1 ditolak jika tidak ada perbedaan penilaian pada konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji *McDonald's* sebelum dan setelah menonton film *Super Size Me*, sedangkan H_1 diterima jika ada perbedaan penilaian pada konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji *McDonald's* sebelum dan setelah menonton film *Super Size Me*.

F. Definisi Oprasional

1. Efek

Efek yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah pengaruh film *Super Size Me* terhadap perubahan kognisi dan afeksi konsumen makanan cepat saji.

2. Film Super Size Me

Film dokumenter Amerika yang dibuat dan diperankan oleh Morgan Spurlock pada tahun 2004. Film berdurasi 90 menit ini menceritakan perjalanan Spurlock dalam sebulan penuh (terhitung sejak 1 Februari-2 Maret 2003) hanya mengkonsumsi makanan dari *McDonald's* sehingga terjadi perubahan dratis dari segi fisik hingga psikis.

3. Kognisi

Merupakan tingkatan pertama dari efek yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan dan bagaimana konsumen mempersepsi makanan cepat saji *McDonald's*.

4. Afeksi

Efek ini adalah tingkat lanjutan dari kognisi yang berhubungan dengan rasa senang atau susah konsumen terhadap makanan cepat saji *McDonald's* sebagai arah sikap positif atau negatif.

5. Konsumen Makanan Cepat Saji

Orang-orang yang mengkonsumsi makanan cepat saji *McDonald's* dengan perilaku ekstrim.

Perilaku ekstrim meliputi :

1. Frekuensi mengkonsumsi *McDonald's* dalam sehari/ seminggu/ sebulan.
2. Jumlah makanan yang dikonsumsi dalam sehari/ seminggu/ sebulan.

G. Metode Penelitian

a. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlangsung pada bulan Maret-April 2013. Pengambilan data berlokasi di 3 restoran *McDonald's* Makassar (Mall Ratu Indah, Jl. A.P Pettarani dan Jl. Sultan Alauddin).

b. Tipe Penelitian

Menguji Efek Media Massa dengan Studi Eksperimental

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kuantitatif eksperimental. Maksudnya data yang diambil adalah data kuantitatif yang kemudian dikomparasi atau dibandingkan dengan studi eksperimental.

Media massa apapun bentuknya, tidak dapat dipungkiri memberikan efek pada khalayak. Untuk menguji efek tersebut para ilmuwan dapat menggunakan jenis-jenis penelitian tertentu, salah satunya dengan Studi Eksperimental.

Eksperimen adalah Percobaan yang dilakukan untuk mempelajari atau menemukan sesuatu mengenai proses yang ada atau membandingkan efek dari beberapa kondisi terhadap suatu fenomena.
(Montgomery, 1991)

Pada awalnya, metode penelitian eksperimen digunakan pada bidang ilmu eksakta. Misalnya dalam bidang fisika, penelitian-penelitian dapat menggunakan desain eksperimen karena variabel-variabel dapat dipilih dan variabel-variabel lain yang memengaruhi proses eksperimen itu dapat dikontrol secara ketat. (Sugiyono, 2011:72).

Penelitian eksperimen kemudian diadaptasi pada penelitian psikologi dan sosial karena dinilai mampu memberikan jawaban-jawaban yang lebih objektif. Tidak terkecuali dalam bidang ilmu komunikasi, eksperimen dilakukan berdasar pada asumsi bahwa perilaku manusia tidaklah *random*. Bahwa seseorang akan memberikan reaksi terhadap

satu hal karena sebelumnya ada hal lain yang terjadi. Maka ini merupakan suatu rangkaian sebab dan akibat (kausalitas) dan berlangsung terus menerus dalam proses komunikasi.

Penelitian eksperimen terdiri atas sejumlah variabel yaitu variabel bebas (independent variable), variabel terikat (dependent variable), dan variabel kontrol (control variable). Variabel bebas adalah variabel yang dimanipulasi dan dikendalikan oleh peneliti, variabel terikat adalah variabel yang diamati oleh peneliti, dan variabel kontrol adalah yang tetap konstan tanpa ada perlakuan. Walaupun memiliki tiga macam variabel, yang digunakan paling tidak hanya dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat.

Desain eksperimen kemudian dibagi kedalam tiga tipe umum oleh Campell dan Stanley pada tahun 1963 (Bulaeng, 2002:173) :

1. *Full* atau *True Experiments* (eksperimen penuh atau murni),

Dalam *True experimental Design* ada proses pemilihan sampel secara acak (randomisasi) kelompok yang ditreatment (*experiment group*) maupun yang dijadikan sebagai kelompok kontrol (*control group*). Sehingga yang menjadi ciri utama *true experimental design* adalah pengambilan sampel secara random baik untuk kelompok experimental maupun kelompok kontrol.

2. *Quasi Experiments* (eksperimen buatan),

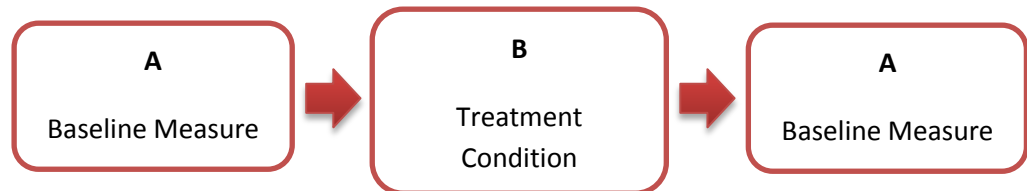
Desain penelitian evaluasi jenis ini mirip dengan design true experimental yaitu sama-sama memiliki kelompok kontrol. Hanya saja sampel yang dipilih baik bagi kelompok eksperimen maupun kontrol tidak diambil secara random melainkan dipilih secara sengaja oleh peneliti sebagai kelompok eksperimen dan kelompok kontrol yang akan diperbandingkan. *Quasi-Exsperimental Design* digunakan apabila sulit mendapatkan kelompok kontrol.

3. *Preexperiments* (praeksperimen).

Dikatakan *pre-eksperimental design* karena desain ini belum merupakan eksperimen sungguhan. Dalam desain ini, masih terdapat variable luar yang ikut berpengaruh terhadap terbentuknya variable dependen. Sehingga hasil dari eksperimen yang merupakan variable dependen itu bukan semata-mata dipengaruhi oleh variable independen. Hal ini dapat terjadi karena tidak adanya variabel control dan sampel tidak dipilih secara random.

Ketiga jenis desain eksperimen yang telah dijabarkan di atas kemudian dibagi lagi kedalam beberapa bentuk, tetapi untuk menguji efek film *Super Size Me* peneliti menggunakan salah satu bentuk dari *Quasi Experiment* yaitu *Single-Subject Research Design*.

Single-Subject Research Design menggunakan metode *before and after comparison* atau perbandingan sebelum dan sesudah.



Gambar 1.2 A-B-A *Single-Subject Research Design* (Christensen, 1988)

c. Populasi dan Sampel

1. Populasi penelitian ini adalah konsumen makanan cepat saji *McDonald's* di Makassar yang terletak di tiga tempat berbeda yaitu Mall Ratu Indah, Jl. A.P Pettarani dan Jl. Sultan Alauddin.

Jumlah kosumen *dine-in McDonald's* dalam sehari jika dirata-ratakan akan berjumlah 384 orang.

2. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 184 orang, berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 5%.

Sampel ditarik dengan menggunakan metode *Insidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti di tempat penelitian.

d. Teknik Pengumpulan Data

1. Data primer diperoleh dari penelitian dengan metode eksperimental yang dilakukan oleh peneliti, yaitu penyebaran kuesioner pra dan post test penelitian serta melakukan treatment kepada sampel penelitian.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari kajian pustaka seperti buku, majalah, artikel, literatur, situs internet, dan sebagainya yang dapat menjadi bahan referensi bagi peneliti.

e. Teknik Analisis data

Hasil dari pengumpulan data akan dianalisis dengan penyajian tabel analisis deskriptif, tabel frekuensi untuk mengukur before and after comparison atau hasil kuisisioner pre-test (sebelum) dan post-test (sesudah) yang umum digunakan dalam penelitian eksperimental quasi dengan model single-subject research design.

Kemudian hipotesis awal akan diuji menggunakan bentuk hipotesis komparatif untuk melihat ada tidaknya perbedaan secara signifikan dari sampel pada saat sebelum dan sesudah mendapatkan treatment.

Pengujian hipotesis menggunakan Paired-Sampel t test atau uji t berpasangan. Adapun rumus perhitungan t test adalah sebagai berikut :

$$t = \frac{MX - MY}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{N}}{N(N-1)}}$$

Keterangan :

MX dan **MY** : rata-rata skor kelompok X dan Y

D : selisih skor kelompok X dan Y

N : jumlah pasangan skor

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Komunikasi Massa

Komunikasi massa berasal dari istilah Bahasa Inggris: *mass communication* yang artinya, komunikasi yang menggunakan media massa atau komunikasi yang *mass mediated*.

Istilah *communication* atau *communications* diartikan sebagai salurannya, yaitu media massa atau *mass communication* yang merupakan singkatan kata *media of mass communication*. Massa mengandung pengertian sebagai orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama, dengan kata lain dapat tersebar atau terpencar, dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. (Warsito, 2005:200).

Menurut Severin dan Tankard dalam bukunya *Communication Theories* bahwa komunikasi massa yaitu sebagian keterampilan, sebagian seni, dan sebagian ilmu. Keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetik untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi dalam prinsip-

prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikembangkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik. (Ardianto.2007:5)

Intinya komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.

Komunikasi massa seperti yang dijabarkan oleh Harold D. Lasswell (Wiryanto, 2005:6) memiliki unsur-unsur komunikasi dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut "*Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?*"

Unsur *who* (sumber atau komunikator) dalam komunikasi massa adalah lembaga atau organisasi atau orang yang bekerja dengan fasilitas lembaga atau organisasi (*institutionalized person*). Yang dimaksud dengan lembaga dalam hal ini adalah perusahaan surat kabar, stasiun radio, televisi, majalah, dan sebagainya. Sedangkan yang dimaksud *institutionalized person* adalah redaktur surat kabar. Melalui tajuk rencana menyatakan pendapatnya dengan fasilitas lembaga. Oleh karena itu, ia memiliki kelebihan dalam suara atau wibawa dibandingkan berbicara tanpa fasilitas lembaga.

Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi kelompok maupun komunikasi antarpersona yaitu pada bagian komponen-komponen yang terlibat di dalamnya, serta proses berlangsungnya komunikasi tersebut.

Komunikasi massa sendiri memiliki karakteristik sebagai berikut Ardianto et. al., 2007:6-11):

1. Komunikator Terlembagakan

Penyampaian pesan dalam komunikasi massa memerlukan media massa sebagai perantara atau komunikator. Media massa tersebut dapat berupa media cetak maupun media elektronik, contohnya: surat kabar, majalah, televisi, radio, film, dan sebagainya. Untuk menghadirkan satu pesan dalam media masa dibutuhkan proses yang kompleks, seperti misalnya apabila sebuah pesan akan disampaikan melalui media televisi maka orang-orang yang terlibat adalah juru kamera, reporter, pengarah acara, floor manager, dan sebagainya. Orang-orang tersebut terorganisir dalam sebuah lembaga stasiun televisi.

2. Pesan Bersifat Umum.

Komunikasi massa sifatnya terbuka, artinya komunikasi massa ditujukan untuk semua orang dan bukan untuk sekelompok orang tertentu. Sehingga pesan dari komunikasi massa bersifat umum.

3. Komunikannya Anonim dan Heterogen

Jika dalam komunikasi antarpersonal komunikator kan mengenal komunikannya, seperti: nama, pekerjaan dan hal-hal lain. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikannya anonim, karena komunikasinya menggunakan media dan tidak tatap muka. Di samping anonim, komunikasi dari komunikasi massa heterogen karena terdiri dari berbagai lapisan masyarakat yang berbeda.

4. Media Massa Menimbulkan Keserempakan

Sebab jumlah khalayak komunikasi massa jumlahnya relatif banyak dan tak terbatas sehingga secara serempak pada waktu yang bersamaan memperoleh pesan yang sama pula.

5. Komunikasi Mengutamakan Isi Ketimbang Hubungan

Walaupun antara komunikator dan komunikan atau komunikan dan komunikan tidak saling memiliki hubungan, komunikasi massa tetap berjalan efektif karena isi dari pesan yang disampaikan.

6. Komunikasi Massa Bersifat Satu Arah

Pesan komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa membuat komunikator dan komunikan tidak dapat melakukan kontak langsung. Komunikator aktif menyampaikan pesan, sedangkan komunikan aktif menerima pesan sehingga antar keduanya tidak dapat berdialog langsung. Dengan kata lain, komunikasi massa bersifat satu arah.

7. Stimulasi Alat Indra Terbatas

Dalam komunikasi massa, alat indra akan terstimulasi bergantung pada jenis media massa yang digunakan, misalnya radio akan menstimulasi indra pendengaran dan televisi akan menstimulasi indra penglihatan.

8. Umpan Balik Tertunda dan Tidak Langsung (Delayed & Indirect)

Komunikasi massa membuat umpan balik atau *feedback* menjadi tertunda dan tidak langsung. Tanggapan khalayak bisa diterima melalui telepon *e-mail*, atau surat pembaca sehingga membuatnya menjadi tidak langsung

(*indirect*). Sedangkan waktu yang digunakan untuk menggunakan telepon, mengirim *e-mail* maupun menulis surat menandakan bahwa umpan balik komunikasi massa bersifat tertunda (*delayed*).

Selain itu komunikasi massa juga telah cukup banyak berperan dalam kehidupan masyarakat, selain fungsi pokok yaitu fungsi informasi, pendidikan, dan persuasi, komunikasi massa juga memiliki peran lain yang lebih spesifik menurut Dominick (2001) (Ardianto et, al., 2007:14)

1. Surveillance (Pengawasan)
2. Interpretation (Penafsiran)
3. Linkage (Pertalian)
4. Transmission of Values (Penyebaran Nilai-Nilai)
5. Entertainment (Hiburan)

B. Media Massa

Media massa adalah saluran-saluran atau cara pengiriman bagi pesan-pesan massa. (West, 2008:41). Media massa yang banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi dan entertainment (hiburan). Komunikasi dengan menggunakan media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif banyak. Jadi untuk menyebarkan informasi, media massa

sangat efektif dalam mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikasi seseorang.

Oleh karena sifatnya yang *massive* media massa secara pasti memengaruhi pemikiran dan tindakan khalayaknya. Media juga berperan dalam memengaruhi budaya, sosial dan politik. (Agee, 2000) (dalam Ardianto, et. al., 2007:56).

Media massa membentuk opini publik untuk membawanya pada perubahan yang signifikan. Di sini secara instan media massa dapat membentuk kristalisasi opini publik untuk melakukan tindakan tertentu. Kadang-kadang kekuatan media massa hanya sampai ranah sikap. (Agee, 2001:24-25).

Media massa pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa contohnya seperti: surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan komputer atau internet.

C. Film Dokumenter Sebagai Media Massa

Gambar bergerak (film) adalah bentuk dominan dari komunikasi massa visual di belahan dunia ini. Lebih dari ratusan juta orang menonton film di bioskop, film televisi, dan film video laser setiap minggunya. Di Amerika Serikat dan Kanada lebih dari satu juta tiket film terjual setiap tahunnya (Agee, et. al., 2001:364). Film dibagi kedalam 3 (tiga) jenis, yaitu film dokumenter, film fiksi, dan film eksperimental. (Pratista, 2008:4)

Film dokumenter memiliki kunci utama yaitu penyajian fakta. Film dokumenter berhubungan dengan orang-orang, tokoh, peristiwa dan lokasi yang nyata tanpa menciptakan suatu peristiwa atau kejadian, namun merekam peristiwa yang sungguh-sungguh terjadi atau otentik.

1. Sejarah Dokumenter

Film dokumenter dimulai pada tahun-tahun terakhir abad ke-19 dan menghasilkan film pertama yang pernah dibuat dalam berbagai bentuk dan macam. Dokumenter bisa berupa cerita perjalanan ke tanah eksotis dan tentang gaya hidup, seperti *Nanook of The North* (1922). Dokumenter juga bisa menjadi sebuah puisi visual, seperti Joris Ivens's *Rain* (1929), cerita tentang suatu hari di kala hujan, yang di set menjadi sebuah karya musikal klasik, di mana badai menggemakan struktur musik. Dokumenter bahkan menjadi bagian dari propaganda yang berseni. Pembuat film Soviet, Dziga Vertov, yang tekun menyatakan bahwa sinema fiksi itu beracun dan bahwa dokumenter adalah masa depan sehingga dia membuat *Man with a Movie Camera* (1929) sebagai propaganda baik untuk sebuah rezim politik dan untuk gaya film tersebut. (Aufderhaide, 2007).

Memasuki tahun 1990-an, film dokumenter mulai menjadi bisnis besar di seluruh dunia, dan sejak tahun 2004 bisnis besar seperti dokumenter televisi sendiri meraih hingga \$4,5 milyar pendapatan setiap tahunnya. *Reality shows* di televisi dan *dokusoaps*, sebuah miniseri kehidupan nyata yang di set penuh dengan drama, pun turut berkembang.

Bahkan penjualan DVD, permintaan pembuatan video, dan rental-rental pembuatan dokumentasi menjadi bisnis besar.

Tidak lama lagi dokumenter akan diproduksi untuk telepon genggam dan atau dokumenter akan diproduksi secara online. Dokumenter lambat laun menjadi tidak akurat dan tidak asli. Hal ini terjadi akibat dari banyaknya orang yang mengaku bahwa mereka pembuat dokumenter tetapi menyembunyikan fakta-fakta guna kepentingan bisnis semata dan dengan bangga menyebut karya mereka dengan sebutan “docs”.

2. Definisi Dokumenter

Dokumenter sering dianggap sebagai rekaman “aktualitas”, potongan rekaman sewaktu kejadian sebenarnya berlangsung, saat orang yang terlibat di dalamnya berbicara, kehidupan nyata seperti apa adanya, spontan dan tanpa media perantara. Walaupun terkadang menjadi materi dalam pembuatan dokumenter, faktor ini jarang menjadi bagian dari keseluruhan film dokumenter itu sendiri, karena materi-materi tersebut harus diatur, diolah kembali, dan diatur strukturnya. Terkadang bahkan dalam pengambilan gambar sebelumnya, berbagai pilihan harus diambil oleh para pembuat film dokumenter untuk menentukan sudut pandang, ukuran shot, pencahayaan dan lain-lain agar dapat mencapai hasil akhir yang diinginkan.

John Grierson pertama-tama menemukan istilah dokumenter dalam sebuah pembahasan film karya Robert Flaherty, *Moana* (1925),

yang mengacu pada kemampuan sebuah media untuk menghasilkan dokumen visual suatu kejadian tertentu. Grierson sangat percaya bahwa “sinema bukanlah seni atau hiburan, melainkan suatu bentuk publikasi dan dapat dipublikasikan dengan 100 cara yang berbeda untuk 100 penonton yang berbeda pula”. Oleh karena itu dokumenter pun termasuk didalamnya sebagai suatu metode publikasi sinematik, yang dalam istilahnya disebut *creative treatment of actuality* atau perlakuan kreatif atas keaktulitasan. Karena ada perlakuan kreatif, sama seperti film fiksi lainnya, dokumenter dibangun dan bisa dilihat bukan sebagai suatu rekaman realitas, tetapi sebagai jenis representasi lain dari realitas itu sendiri. (Nichols, 2001)

3. Subgenre Dokumenter

Perkembangan dokumenter dan genre-nya saat ini sudah sangat pesat dan beragam, berikut ini beberapa subgenre pokok dalam dokumenter menurut Aufderhaide dalam bukunya *Dokumentary: Avery short Introduction* (2007: 56-124):

a. Public Affairs

Subgenre Public Affair atau bisa disebut dengan urusan publik, adalah film dokumenter yang berkaitan dengan isu-isu kemiskinan, program kesejahteraan pemerintah, korupsi perusahaan, dan layanan kesehatan, juga program pelayanan publik lainnya. Dalam dokumenter urusan publik biasanya melakukan pendekatan

investigasi pendekatan orientasi masalah, menggunakan narasi atau terkadang menggunakan seorang pembawa acara.

b. Government Propaganda

Dokumenter propaganda dibuat untuk meyakinkan pemirsa dari sudut pandang sebuah organisasi mengenai berbagai kasus. Film dokumenter ini menjajikan keyakinan bukan dari pembuat film melainkan dari organisasi, meskipun beberapa pembuatnya sepenuhnya mendukung penyebab dibalik pembuatan film. Film dokumenter ini memang bisa dibuat oleh siapa saja tetapi istilah propaganda lebih sering dikonotasikan dengan pemerintah.

c. Advocacy

Dokumenter *Advocacy* diproduksi untuk tujuan politik oleh para advokat dan aktivis yang mengangkat isu-isu yang sama seperti dokumenter propaganda pemerintah, tetapi beroperasi dalam konteks yang berbeda. Dokumenter advokasi biasanya sangat terfokus dan dirancang untuk memotivasi pemirsa untuk melakukan tindakan tertentu. layaknya film propaganda pemerintah, advokasi dapat dibuat dengan itikad baik oleh orang-orang yang sangat setuju dengan agenda organisasi. Dokumenter advokasi layak mendapat perhatian dari siapa pun yang ingin memahami teknik persuasi, dan *nothing persuades like reality* (tidak ada yang mampu membujuk sebaik kenyataan).

d. Historical

Film dokumenter Historical bercerita tentang sejarah, karena menceritakan hal-hal yang pernah terjadi maka hal penting yang tidak boleh terlewatkan adalah melakukan riset. Terkadang dalam proses produksi, pembuat film harus menghadapi tantangan mencari bukti-bukti sejarah yang masih ada seperti foto, lukisan, gambar, dokumen penting, dan sebagainya. Bahkan para pembuat film ini harus membuat properti yang mirip dengan barang sejarah asli. Film dokumenter historical telah banyak menyumbang dalam memperkaya ilmu pengetahuan sejarah.

e. Ethnographic

Subgenre Ethnographic memberikan potret keanekaragaman kebudayaan yang eksotis seperti tata cara adat-istiadat dan tentang orang-orang yang berhubungan dengan budaya tersebut. Walaupun tidak menyeluruh, dokumenter etnografi telah membantu memberikan gambaran-gambaran tentang kekayaan budaya.

f. Nature

Nature Documentary, memotret tentang alam atau biasa disebut dengan lingkungan, konservasi, atau satwa liar, merupakan subgenre yang paling populer. Tayangan dokumenter alam menjadi siaran tetap di berbagai televisi dan sifatnya dinamis. Dokumenter alam sejak pertama tidak bertele-tele dan netral secara ideologis,

mengekspos asumsi kita mengenai hubungan kita dengan alam sekitar.

D. Teori Efek

Banyak pertentangan pendapat mengenai efek komunikasi massa yang terjadi di antara para ahli. Menurut Noelle-Neumann, penelitian media massa selama empat puluh tahun mengungkapkan kenyataan bahwa efek media massa tidak perlu diperhatikan, efeknya tidak begitu berarti. (Rahmat, 1994:197).

Sedangkan pada saat yang sama muncul pendapat lain, behaviorisme dan psikologi instink sedang populer di kalangan ilmuwan. Dalam hubungan dengan media massa keduanya melahirkan apa yang disebut Melvin De Fleur (1975) sebagai “Instinctive S-R teori”. Menurut teori ini, media menyajikan stimuli perkasa yang secara seragam diperhatikan oleh massa. Stimuli ini membangkitkan desakan, emosi, atau proses lain yang hampir tidak terkontrol oleh individu. Setiap anggota massa memberikan respon yang sama pada stimuli yang datang dari media massa. Karena teori ini mengasumsikan massa yang tidak berdaya ditembak oleh stimuli media massa, teori ini disebut juga “teori peluru” (bullet theory) atau “model jarum hipodermis”, yang menganalogikan pesan komunikasi seperti obat yang disuntikkan dengan jarum kepada pasien. Elisabeth Noelle-Neumann (1973) menyebut teori ini “the concept of powerful mass media”.

Pada tahun 1940-an, Carl I. Hovland juga turut melakukan beberapa penelitian eksperimental untuk menguji efek film terhadap tentara. Ia dan kawan-kawannya menemukan bahwa film hanya efektif dalam menyampaikan informasi, tetapi tidak dalam mengubah sikap. Apa yang ditemukan Paul Lazarsfeld sangat mengejutkan dimana media massa hampir tidak berpengaruh sama sekali. Alih-alih sebagai “Agen of Conversion: (media untuk mengubah perilaku), media massa lebih berfungsi untuk memperteguh keyakinan yang ada. Pengaruh media massa juga disaring pemuka pendapat. Pengaruh interpersonal ternyata lebih dominan dari pada media massa. Khalayak juga bukan lagi tubuh pasif yang menerima apa saja yang disuntikkan kepadanya. Khalayak menyaring informasi melalui proses yang disebut “(selective exposure) dan persepsi selective perception”.

Pada tahun 1960, Joseph Klapper menerbitkan buku *The Effects of Mass Communication*. Dari rangkuman hasil-hasil penelitian, Klapper, antara lain menyimpulkan bahwa efek komunikasi massa terjadi lewat serangan faktor-faktor perantara. Faktor-faktor perantara itu termasuk proses selektif (persepsi selektif, terpaan selektif, dan ingatan selektif, dan proses kelompok, norma kelompok, dan kepemimpinan opini). (Rahmat, 1994:198).

E. Penelitian Eksperimental

Pada awalnya, desain penelitian eksperimental hanya dipergunakan dalam bidang ilmu eksakta, misalnya fisika, karena dianggap variabel-

variabel yang digunakan dapat dipilih dan variabel-variabel lain dapat dikontrol. (Sugiyono, 2011:72).

Model ini kemudian diadaptasi ke dalam penelitian ilmu psikologi dan sosial karena dinilai mampu memberikan jawaban-jawaban yang lebih objektif mengenai perilaku manusia. Keyakinan yang mendasari kegiatan eksperimen dalam komunikasi khususnya berdasar pada asumsi bahwa perilaku manusia tidaklah acak. Sebuah pesan yang ditransfer disebabkan oleh adanya peristiwa yang terjadi sebelumnya sehingga menimbulkan tanggapan. Rangkaian sebab-akibat tersebut akan terjadi secara terus menerus dalam setiap proses komunikasi.(Bulaeng,2002:148)

Metode penelitian eksperimental adalah bagian dari metode kuantitatif yang terdiri dari beberapa macam sebagai berikut (Sugiyono,2011:74-79):

1. Pre-experimental

Disebut pre-experimental design, karena desain ini belum merupakan eksperimen yang sesungguhnya. Masih terdapat variabel luar yang ikut berpengaruh terhadap terbentuknya variabel dependen. Sehingga hasil eksperimen yang merupakan variabel dependen itu bukan semata-mata dipengaruhi oleh variabel dependen akibat dari tidak adanya variabel kontrol, dan sampel dipilih secara acak. Pre-experimental design terbagi kedalam beberapa bentuk yaitu: One-shoot Case Study, One-Group Pretest-Posttest Design, One Group Pretest-Posttest Design, dan Intact-Group Comparasion.

2. True Experimental Design

Dikatakan *true experimental* karena dalam desain ini, peneliti dapat mengontrol semua variabel luar yang mempengaruhi jalannya eksperimen. Ciri utama dari desain ini adalah bahwa sampel yang digunakan untuk eksperimen maupun sebagai kelompok kontrol diambil menggunakan cara acak dari populasi tertentu. bentuk-bentuk dari desain ini adalah Posttest Only Control Design dan Pretest Control Group Design.

3. Factorial Experimental Design

Desain ini merupakan modifikasi dari desain *true experimental*, yaitu memperhatikan kemungkinan adanya variabel moderator yang mempengaruhi perlakuan (variabel independen) terhadap hasil (variabel dependen).

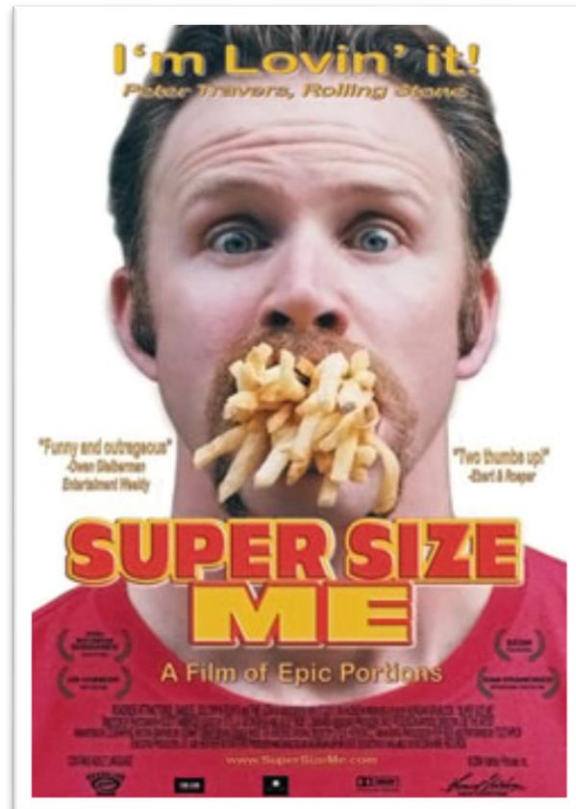
4. Quasi Experimental Design

Bentuk desain eksperimen ini merupakan pengembangan dari *true experimental design* yang sulit dilaksanakan. Desain ini mempunyai kelompok kontrol, tetapi tidak dapat berfungsi sepenuhnya untuk mengontrol variabel-variabel luar yang mempengaruhi pelaksanaan eksperimen. Walaupun desain ini lebih baik dari *pre-experimental design*, tetapi digunakan karena pada kenyataannya sulit mendapatkan kelompok kontrol yang digunakan untuk penelitian. Desain ini terbagi menjadi Time Series Design dan Nonequivalent Control Group Design.

BAB III

GAMBARAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

A. Film Dokumenter Super Size Me



Gambar 3.1 Poster Film Super Size Me

Film dokumenter Super Size Me (2004) adalah film garapan pertama Morgan Spurlock berdurasi 98 menit yang didistribusikan oleh Samuel Goldwyn Films dan Roadside Attractions. Selain sebagai sutradara, Spurlock juga bertindak sebagai produser, penulis nasakah dan pemeran dalam film ini.

Super Size Me merekam perjalanan Morgan Spurlock selama 30 hari, sejak 1 Februari 2003 hingga 2 Maret 2003, hanya mengonsumsi makanan dari McDonald's sehingga hal ini berefek drastis pada kesehatan fisik dan

perilaku psikologis-nya. Selain mendokumentasikan eksperimen yang dilakukan Spurlock, film *Super Size Me* juga mengeksplorasi pengaruh perusahaan industri makanan cepat saji yang dinilai mendorong gizi buruk demi keuntungan sendiri.

Alasan utama Spurlock melakukan eksperimen dan penyelidikan mengenai makanan cepat saji adalah karena meningkatnya penyebaran kasus obesitas atau penyakit kelebihan berat badan pada masyarakat Amerika Serikat. Bahkan menurut Surgeon General US, kasus obesitas telah menjadi “epidemi”. Selain itu, kasus gugatan yang diajukan oleh dua orang gadis warga Amerika Serikat terhadap McDonald’s menjadi alasan lainnya. Diduga kedua gadis yang menggugat McDonald’s mengalami obesitas atau penyakit kelebihan berat badan karena mereka memakan makanan dari McDonald’s.

Premier film dokumenter *Super Size Me* berlangsung di Park City, Utah, Amerika Serikat tepatnya pada ajang penghargaan film Sundance Film Festival (15 Januari-25 Januari 2004). Di dalam festival ini, Morgan Spurlock berhasil meraih penghargaan sebagai Best Director. Film ini kemudian direlease di Amerika Serikat pada tanggal 7 Mei 2004. Produksi film dokumenter *Super Size Me* yang menghabiskan budget \$1,065,000, dan mampu menembus Box Office dengan keuntungan dari penayangan teater sebesar \$30,000,000. Hingga saat ini, *Super Size Me* menduduki peringkat ke-12 sebagai film dokumenter terlaris sepanjang masa dan menerima nominasi Academy Award atas Best Documentary Feature.

Secara keseluruhan, film ini mendapatkan banyak review positif dari para kritikus film juga dari penontonnya, dan meraih rating 93% “Certified Fresh” dari website review film terbesar milik Warner Bros bernama Rotten Tomatoes.

1. Plot Film Dokumenter Super Size Me

Morgan Spurlock membuka film dokumenter Super Size Me dengan menampilkan *scene* sekumpulan anak kecil sedang bernyanyi menyebutkan beberapa merek makanan cepat saji sambil memeragakan gaya yang lucu.

Selanjutnya Spurlock mendeskripsikan dalam narasinya bahwa di Amerika Serikat semua hal dibuat dengan ukuran yang sangat besar. Sebut saja mobil, rumah, perusahaan, makanan, termasuk penduduknya. Hal ini membuat Amerika Serikat mendapatkan predikat “*the fattiest nation in the world*”. Faktanya hampir 100 juta penduduk Amerika Serikat kelebihan berat badan atau yang dikenal dengan obesitas. Jumlah tersebut sama dengan 60% dari total keseluruhan orang dewasa di Amerika Serikat. Sejak tahun 1980 kasus obesitas Amerika Serikat meningkat dua kali lipat, dengan jumlah total dua kali lebih banyak terjadi pada anak-anak, dan tiga kali lebih banyak terjadi pada remaja.

Setelah menyajikan beberapa fakta di atas, Spurlock kemudian bercerita sedikit mengenai dirinya. Morgan Spurlock dibesarkan di West Virginia yang pada saat itu merupakan negara bagian tergemuk ke-tiga di Amerika Serikat. Saat Spurlock beranjak dewasa, ibunya memasak

makan malam setiap hari. Hal ini terlihat dari foto-foto yang ditampilkannya dalam film, seluruh kenangan tentang ibunya terjadi di dapur. Spurlock dan keluarga sangat jarang makan di luar, kecuali pada saat-saat tertentu.

Berbeda dengan Spurlock, dewasa ini warga Amerika Serikat makan di luar sepanjang waktu. Mereka harus membayar kebiasaan ini bukan hanya dengan uang tetapi juga dengan ukuran lingkar pinggang yang membesar. Obesitas di Amerika Serikat menempati peringkat kedua setelah rokok sebagai penyebab utama kematian yang paling dicegah.

Pada tahun 2002, dua remaja yang menderita obesitas menggugat McDonald's sebagai penyebabnya. Salah satu dari mereka berumur 14 tahun memiliki tinggi 4'10" atau sekitar 147 cm dan berat badan 170 pound atau sekitar 77 kg, sedangkan yang lainnya berumur 19 tahun memiliki tinggi 5'6" atau sekitar 167 cm dan berat badan 270 pound atau sekitar 122 kg. Walaupun kasus gugatan ini berlangsung, setiap hari satu dari empat orang di Amerika Serikat mengunjungi restoran cepat saji. Fenomena ini tidak hanya terjadi di Amerika Serikat, tetapi juga terjadi secara global.

McDonald's mengoperasikan lebih dari 30.000 perusahaan di lebih dari 100 negara di empat benua. Di Amerika Serikat saja, McDonald's menyumbang total 43% pasar makanan cepat saji. Mereka ada di mana-mana, di supermarket, bandara, pompa bensin, stasiun kereta api, pusat perbelanjaan, tempat hiburan, bahkan rumah sakit. Paling tidak Anda

sudah dekat dengan rumah sakit ketika penyakit jantung koroner Anda mulai menyerang, kata Spurlock dalam narasinya.

Pengacara McDonald's dalam kasus gugatan oleh dua remaja tersebut terbilang "sembrono". Dia menyatakan bahwa bahaya makanan McDonald's secara umum telah diketahui dan penggugat tidak dapat menunjukkan bukti bahwa masalah yang terjadi pada berat badan dan penyakit yang diderita disebabkan oleh makanan dari McDonald's. Sementara itu hakim pada kasus ini menyatakan jika pengacara dua remaja tersebut dapat menunjukkan bahwa McDonald's bertujuan agar masyarakat memakan setiap makanan dari McDonald's setiap hari dan terbukti sangat berbahaya maka mereka mungkin dapat mengklaim.

Morgan Spurlock kemudian juga bertanya-tanya apakah yang akan terjadi jika dia hanya makan makanan dari McDonald's selama 30 hari? Apakah dia akan berada di jalur cepat untuk menjadi salah satu orang tergemuk di Amerika Serikat? Apakah hal ini akan sangat berbahaya? Dengan lantang dia menyatakan untuk mencari tahu. Kisah mengenai McDonald's dan kaitannya dengan epidemi obesitas di Amerika Serikat pun dimulai.

Sebelum memulai eksperimennya yang terbilang berbahaya, Spurlock merasa perlu ada pengawasan yang serius dari pihak medis. Spurlock kemudian meminta bantuan tidak hanya satu, tetapi tiga dokter yaitu dokter ahli jantung atau Cardiologist, dokter ahli pencernaan, dan seorang dokter umum. Pemeriksaan yang dilakukan berkaitan dengan

kesehatan fisik dan organ-organnya tubuhnya secara menyeluruh. Hasil yang diperoleh sangat bagus sehingga oleh para dokter Spurlock dinyatakan memiliki kondisi kesehatan yang normal. Pada akhir sesi pemeriksaan ke-tiga dokter mengingatkan bahwa hal terburuk yang dapat menimpa Morgan Spurlock dalam melakukan eksperimen ini adalah meningkatnya kolesterol, beresiko terkena penyakit jantung, dan yang paling memungkinkan adalah kenaikan berat badan.

Selain pengawasan dari tiga dokter ahli, Morgan Spurlock juga mendatangi pusat kesehatan mewah di New York. Di sana dia bertemu dengan ahli gizi terdaftar yang nantinya akan membantu mengawasi keadaan kesehatannya. Berdasarkan hitungan tinggi badan dan berat badan, *Body Mass Indeks* (Indeks Massa Tubuh) yang dimiliki Spurlock berada dalam batas normal atau tidak obesitas. Spurlock kemudian bertemu dengan seorang pelatih fisiologi untuk melakukan beberapa hal termasuk pengukuran resmi tinggi badan, berat badan, dan kegiatan latihan olah tubuh untuk melihat kemampuan fisik.

Di Amerika Serikat, lebih dari 60% penduduknya tidak berolah raga dan untuk 30 hari kedepan Morgan Spurlock akan melakukan hal yang sama. Walaupun demikian Spurlock harus tetap menjalani kegiatannya yaitu berjalan. Penduduk kota New York memang lebih sering berjalan kemana saja, mereka berjalan ke tempat kerja, ke taman, ke toko bahkan sebagian besar tidak memiliki mobil pribadi sehingga dalam sehari New Yorker (sebutan untuk penduduk kota New York) bisa

berjalan hingga 4-5 mil per hari. Hitungan tersebut termasuk angka yang cukup besar.

Sebagai penduduk yang memiliki hunian di tengah kota, Morgan Spurlock menjadi sangat dekat dengan pusat penjual makanan. Bahkan dalam perjalanannya ke kantor, Spurlock dapat melewati tiga restoran McDonald's sekaligus dan jarak antara satu restoran ke restoran yang lain pun sangat dekat.

Setelah makan malam bersama kekasihnya yang seorang koki masak vegetarian, Morgan Spurlock memulai hari pertama eksperimennya dengan sarapan ala McDonald's. Dia memesan Egg McMuffin, biskuit sosis, kopi, burger, dan *softdrink*. Tak lama setelahnya Spurlock kembali berjalan turun dari tangga *apartment*, memanggil taksi dan siap menuju McDonald's untuk membeli makan siang. Setiap makanan yang dikonsumsi Spurlock akan dicatat dalam *scorecard* buatannya sendiri.

Dalam wawancara singkatnya dengan beberapa orang, Spurlock mendapati bahwa kebanyakan mereka mengonsumsi makanan cepat saji 3-4 kali dalam seminggu. Berdasarkan pernyataan seorang yang diwawancarai mengatakan bahwa ukuran kecil (*small size*) dari minuman yang disajikan McDonald's di Amerika Serikat adalah ukuran terbesar (*biggest size*) dari minuman yang disajikan McDonald's di Perancis.

Menurut John F. Banzhaf III, seorang Profesor Bidang Hukum di Universitas George Washington, McDonald's sebagai perusahaan cepat

saji terbesar memiliki prioritas berbeda dari perusahaan-perusahaan lain yaitu pada anak muda. Mereka memiliki taman bermain indoor yang mana banyak tempat tidak memilikinya. McDonald's juga sangat hebat dalam menyelenggarakan pesta ulang tahun dan memelopori Happy Meal (istilah McDonald's dalam menyajikan makanan khusus anak-anak, biasanya disertai dengan hadiah mainan sehingga disebut makanan yang menyenangkan). McDonald's memiliki badut yang dikenal oleh anak-anak melalui iklan dan kartun televisi yaitu Ronald McDonald. Sehingga seakan-akan calon konsumen dipancing untuk membawa anak-anak mereka ke sana.

Pada tahun 2000 dr. David Satcher, MD, seorang mantan ahli bedah umum Amerika Serikat menjadi yang pertama menaruh perhatian terhadap krisis obesitas dan menyebutnya sebagai epidemi nasional. Dia menyatakan bahwa makanan cepat saji merupakan kontributor utama terhadap epidemi obesitas. Sekarang semuanya telah mengalami *super-sizing*. Orang-orang akan pergi ke restoran cepat saji dan akan mendapat tawaran untuk membeli menu dengan ukuran yang lebih besar hanya dengan menambah sedikit dari harga sebelumnya.

Berdasarkan peraturan dari Pemerintah Federal Amerika Serikat, seperti yang dijelaskan oleh Profesor Bidang Nutrisi dari Universitas New York Lisa Young, PhD, RD, CDN, sepotong daging yang memenuhi syarat untuk dikonsumsi sebagai porsi yang masuk akal yaitu seberat tiga ons (terlihat setebal tumpukan sekotak kartu Joker). Namun

dewasa ini hanya sedikit yang bisa menemukan ukuran daging seberat tiga ons karena yang disajikan oleh restoran-restoran akan berukuran empat sampai lima kali berat yang masuk akal.

Awalnya saat restoran-restoran cepat saji pertama kali membuka gerai, mereka umumnya memperkenalkan satu jenis ukuran untuk semua menu. Misalnya, satu ukuran kentang goreng saat McDonald's pertama kali dibuka disebut kentang goreng. Walaupun ukuran kentang goreng tersebut masih ada, McDonald's telah memperkenalkannya sebagai *small size*. Kemudian McDonald's membuat ukuran *medium*, *large* dan *super size*. Jumlah kalori yang terkandung dalam *small size* adalah 120 kl sedangkan *super size* 600 kl. Perubahan ini terjadi hampir pada semua restoran cepat saji, sebut saja Burger King, Wendy's, dan 7-11.

Hari kedua eksperimen Morgan Spurlock, dia memesan *double burger* dengan tambahan keju, kentang goreng, dan minuman bersoda dengan memilih paket *super size*. Spurlock membutuhkan lebih dari 15 menit untuk menghabiskan seluruh pesannya dan mengalami sakit perut, sakit kepala, dan berkeringat. Selang beberapa waktu Spurlock tidak dapat menahan sakitnya sehingga memuntahkan makanan yang dia makan.

Kelly Brownell, PhD, seorang Profesor Bidang Gangguan Makan dan Berat Bada di Yale Center, mengatakan bahwa dia percaya manusia hidup dengan makanan yang mengandung racun dan lingkungan tanpa aktivitas fisik. Artinya, manusia hidup dalam lingkungan yang hampir

menjamin dirinya akan sakit (*Toxic Environment*). Walaupun tidak 100% orang menjadi sakit, tetapi jumlah orang yang sakit akan bertambah terus-menerus.

Toxic Environment ini dapat diakses secara konstan dalam makanan murah sarat lemak. Contohnya salah satu Pompa BBM di Amerika Serikat menjual lebih banyak permen dan minuman soda dibandingkan dengan BBM. Bandingkan dengan di Indonesia? Sama saja bukan? Kita akan menemukan AlfaMart, Indomaret dan sebagainya tetap buka saat terjadi kelangkaan BBM.

Di Amerika Serikat terdapat lebih dari tiga juta mesin penjual soda. Artinya setiap 97 orang bisa mendapatkan satu mesin soda. Amerika Serikat juga merupakan negara yang penduduknya sepenuhnya bergantung pada mobil mereka sebagai alat transportasi.

Hari ketiga saat di perjalanan hendak membeli sarapan McDonald's, Morgan Spurlock merasakan sesuatu "mengerikan" terjadi di dalam perutnya dan merasa sangat tidak nyaman. Menu sarapan Spurlock kali ini adalah pancake, telur dan segelas kopi. Setelah menyantap sarapannya, kembali Spurlock merasa aneh di bagian vital tubuhnya yang sulit dijelaskan. Akhirnya Spurlock memutuskan untuk menemui dokter pengawasnya guna menceritakan keanehan yang terjadi. Menurut dokter, hal ini mungkin disebabkan oleh kafein yang dikonsumsi.

Di hari ke empat, seorang pegawai McDonald's mengantarkan pesanan makan siang Morgan Spurlock. Sembari makan, dia menjelaskan bahwa dia berhasil melewati tiga hari pokok dalam eksperimen ini. Saat Spurlock berhenti merokok, ada tiga hari pokok yang dia lewati dan berhasil dengan baik. Jika berhasil melewati tiga hari pokok, maka hari-hari selanjutnya bisa terlewati dengan mudah. Sama halnya dengan eksperimen ini, karena berhasil melewati tiga hari pokok maka dapat dipastikan Spurlock akan baik-baik saja.

dr. David Satcher, MD mengatakan bahwa lambat laun obesitas akan menggantikan rokok sebagai penyebab utama kematian di Amerika Serikat.

Jacob Sullum, Senior Editor Majalah *Reason*, pun angkat bicara mengenai bagaimana masyarakat memperlakukan perokok dan orang obesitas dengan cara berbeda. Suatu hari saat Sullum sedang makan di meja itu ada seorang perokok, orang-orang sekitar akan mulai memojokkannya sembari mengatakan hal-hal buruk tentang rokok. Pada meja yang sama, ada seorang wanita gemuk tetapi tidak ada seorangpun yang menghiraukan. Kemudian Sullum bertanya-tanya, bagaimana jika orang-orang yang memojokkan perokok juga memojokkan dan mengatakan hal-hal buruk tentang kegemukan pada wanita gemuk tersebut. Logika yang sama tetapi sulit menemukan perbedaan antara keduanya.

Profesor John F. Banzhaf III menyebutkan bahwa ada sebuah studi rahasia yang dilakukan oleh salah satu perusahaan tembakau bernama *Brand Imprinting For Later Actuation In Life*. Perusahaan akan membelikan anak-anak sebuah rokok mainan sehingga anak-anak akan mulai menghisap rokok saat masih berusia 4-6 tahun. Anak-anak tersebut bahkan tidak diperkenalkan apa yang mereka hisap dan hanya melihat gambar bungkusannya, sehingga ketika di tanya mereka tidak akan tahu. Tetapi teorinya adalah bahwa kebiasaan merokok sudah ditanamkan di dalam kepala anak-anak sejak dini. Kemudian ketika anak-anak sampai pada usia di mana mereka diperbolehkan merokok, tanpa disadari mereka akan mencari bungkus yang mereka kenali karena sewaktu kecil mereka sudah terbiasa dan hal itu menyenangkan bagi mereka. Cara-cara inilah yang kemudian dilakukan juga oleh perusahaan makanan cepat saji seperti McDonald's. Mereka membuat anak-anak merasa puas, senang, mengingat semua sambutan hangat saat bermain bersama orang tua, dan mendapatkan mainan. Semuanya itu terus terbawa hingga dewasa sehingga mereka merasa ingin datang lagi dan lagi.

Masalah kelebihan berat badan atau obesitas tidak dapat dipisahkan dari masalah-masalah kesehatan yang akan menghampiri di kemudian hari, seperti :

- a. Hypertension (Hipertensi)
- b. Coronary Heart Disease (Gagal Jantung)
- c. Stroke

- d. Gall Bladder Deseas (Batu Empedu)
- e. Osteoarthritis (Keropos Tulang)
- f. Sleep Apnea (Gangguan Tidur)
- g. Respiratory Problem (Sulit Bernafas)
- h. Endometrial Cancer (Kanker Rahim)
- i. Breast Cancer (Kanker Payudara)
- j. Prostate Cancer (Kanker Prostat)
- k. Colon Cancer (Kanker Usus)
- l. Dyslipidemia (Kelebihan Lemak Jahat)
- m. Steatohepatitis (Lemak Hati)
- n. Insulin Resistance (Gula)
- o. Asthma (Asma)
- p. Hyperuricemia (Asam Urat)
- q. Reproductive Hormone Abnormalities (Gangguan Reproduksi)
- r. Polycystic Ovarian Syndrome (Gangguan Haid)
- s. Impaired Fertility (Gangguan Kesuburan)
- t. Adult Onset Diabetes (Diabetes Tipe 2)

Bahkan, jika kebiasaan ini terus berlanjut satu dari tiga anak yang lahir pada tahun 2000 akan mengidap diabetes dalam hidup mereka.

Dalam pidatonya, Sekretaris Layanan Kesehatan dan Masyarakat, Tommy Thomson mengatakan setidaknya 17 juta orang Amerika Serikat sekarang mengidap dua tipe diabetes. Skalanya sekitar 1:20 orang.

Kepala Departmen Pengobatan RS Anak Texas, William Klish, MD mengatakan jika diabetes diderita sebelum usia 15 tahun maka setiap orang akan kehilangan sekitar 17-27 tahun usia.

Melanjutkan pidatonya, Tommy Thomson mengatakan menurut penelitian terbaru, biaya medis terkait dengan penanganan diabetes meningkat dua kali lipat dalam lima tahun terakhir.

Di Amerika, sekitar 20% anak penderita obesitas telah menciptakan tes fungsi hati yang abnormal. Mulai saat ini pemerintah mulai mempelajari dengan melihat hal yang terjadi pada anak-anak ini guna mengetahui seperti apa keadaan organ hati mereka jika dilihat di bawah mikroskop. Setengah dari anak-anak penderita obesitas memiliki bukti mengalami fibrosis hati atau merupakan tahap awal penyakit sirosis. Jadi ketika dewasa nanti, anak-anak penderita obesitas dapat mengalami penyakit *liver failures* (gagal hati). Apabila mereka tidak mengubah kebiasaan makan dan olahraga, maka penderita harus melalui proses transplantasi hati atau menyebabkan kematian jelas William Klish.

Seorang remaja berusia 16 tahun, Caitlin, merasa sangat tidak nyaman dan tidak mudah menjadi penderita obesitas. Baginya setiap perempuan pasti akan selalu cemburu melihat perempuan lain yang lebih kurus, cantik dan populer dan berharap bisa menyerupainya. Menyedihkan dan menimbulkan perasaan bak perempuan tidak berguna.

Pada suatu kesempatan sedang berlangsung acara yang menghadirkan Jared Fogle sebagai pembicara. Fogle adalah seorang

Subway Spokesman yang pernah menderita obesitas dengan ukuran berat badan 425 *pounds*. Fogle datang ke acara seminar dengan membawa bukti sebuah celana ukuran sangat besar yang pernah dia gunakan.

“Aku sudah mengalami sakit sejak anak-anak” ujar Robbins. John Robbins adalah anak dari pendiri merek es krim terkenal Baskin&Robbins yang sekarang berprofesi sebagai Advokat Bidang Kesehatan dan Penulis Buku : *Diet for a New America*. Robbins tumbuh dengan makan banyak es krim, lebih banyak dari yang bisa dibayangkan. Saat dia masih kecil, dia sering memakan es krim di kolam renang rumahnya yang serupa *cone-shape*. Robbins juga memiliki *freezer* komersial yang berisi bukan hanya 31 rasa es krim tetapi termasuk juga semua rasa percobaan yang sedang dikembangkan. Jadi Robbins menjadi pengecap resmi pertama seluruh rasa es krim sebelum dijual di pasaran. Seluruh kebiasaan ini membuat Robbins sering menderita sakit dan dia menghilangkannya dengan cara makan es krim kembali. Siklus buruk ini kemudian berulang terus-menerus.

Baskin&Robbins pertama dicetuskan oleh Burt Baskin, pasangan yang juga saudara ipar dari ayah John Robbins. Burt Baskin meninggal dunia karena serangan jantung saat berusia 51 tahun dengan berat badan 240 *pounds*. Ketika pamannya meninggal, Robbins bertanya pada ayahnya “Apakah mungkin ada hubungan antara serangan jantung fatal dengan jumlah es krim yang paman konsumsi?”. Ayahnya menjawab “Tidak, jantung paman hanya kelelahan dan berhenti bekerja.” Hingga

saat ini Baskin&Robbins telah menjual lebih banyak es krim dari setiap manusia yang pernah hidup di planet ini. Mereka tidak ingin berpikir bahwa produk tersebut menyakiti orang lain yang juga berkontribusi pada kematian saudara ipar, mitra, sahabat, dan banyak lainnya. Sebut saja Ben Cohen pendiri perusahaan es krim Ben and Jerry's pernah melakukan operasi *bypass* berlipat pada usia 49 tahun, Burt Baskin meninggal pada usia 51 tahun akibat serangan jantung, Irv Robbins meninggal akibat diabetes yang serius. Tidak ada yang dapat menyangkal hal tersebut.

Dua buah Cheese Burger dan coke menjadi menu makan siang Morgan Spurlock sebelum dia kembali melakukan *check up* rutin di dokter dan klinik kesehatan. Sesampainya di klinik *Health*, Spurlock langsung menemui Bridget Bennett, RD seorang Ahli Nutrisi dan Diet yang juga mengawasi eksperimen ini. Menurut Bennett, selama lima hari terakhir sejak Spurlock menjalani diet McDonald's, dia telah mengkonsumsi hampir 5000 kalori/hari atau dua kali lipat dari kalori yang harus dikonsumsi Spurlock sehingga disarankan untuk mengurangi porsi makan atau menggantinya dengan menu yang rendah kalori.

Mengikuti saran dari Bridget Bennett, Spurlock akhirnya memesan yogurt McDonald's dan lihat apa yang ditemukannya dalam gelas, sehelai rambut berwarna hitam yang cukup panjang. Cukup menjijikkan dan membuat kita berfikir beribu kali untuk memesan yogurt

McDonald's kembali. Hal ini membuktikan bahwa McDonald's belum bisa menjamin ke higienisan menu yang disajikan.

Saat berada di klinik kesehatan, Morgan Spurlock melakukan pengukuran berat badan untuk pertama kalinya dalam masa eksperimen. Saat menimbang berat badan, bahkan Bridget Bennett dan seorang fisiologist tidak mempercayai apa yang mereka lihat sehingga mereka melakukan penimbangan ulang. Hasilnya tetap sama, berat badan Spurlock bertambah hingga 5% dari berat tubuh awal dalam kurun waktu lima hari. Proses ini terbilang sangat cepat dan tidak sehat bagi Spurlock.

Dihari lain, Morgan Spurlock melakukan wawancara singkat kepada beberapa orang penggemar *fast food*. Kebanyakan dari mereka sangat sering mengonsumsi makanan cepat saji, ada yang mengonsumsi sekitar sekali atau dua kali dalam sepekan, ada yang bahkan mengonsumsi dua kali sehari. McDonald's menjadi *fast food* pilihan mereka dengan memesan burger, kentang, *softdrink* dalam ukuran super. Ketika salah satu dari mereka ditanya mengenai seberapa sering pantasnya orang mengonsumsi *fast food*, dia menjawab dengan ragu-ragu bahwa dia tidak tahu apakah orang-orang memang harus memakannya dan seberapa sering pun dia tidak bisa menjawab dengan pasti. Mengonsumsi makanan cepat saji dapat menyebabkan penyakit obesitas, tetapi menurut dua orang yang turut di wawancarai oleh Spurlock menyatakan bahwa tidak masalah mengonsumsi *fast food* asal yang perlu dilakukan adalah melakukan *treadmill* selama 25 menit, olah

raga atau *push up* dapat membuat badan terhindar dari kelebihan berat. Tetapi bagi sebagian lain menyatakan mereka bahkan tidak punya waktu untuk olah raga atau hal-hal semacamnya, mereka harus bekerja, mengurus anak, dan bersih-bersih rumah bagi mereka sudah termasuk berolahraga.

Memasuki hari keenam, Morgan Spurlock pergi mengunjungi kota lain di Amerika Serikat yaitu Los Angeles, California. Spurlock lalu mampir ke salah satu gerai McDonald's dan memesan McNuggets yang dinyatakan sebagai nugget pertama yang pernah dia konsumsi sejak melakukan eksperimen.

Kembali melihat kasus gugatan oleh dua orang remaja terhadap McDonald's, McDonald's menyatakan pembelaan bahwa sudah merupakan pengetahuan yang sangat umum atau *common knowledge* bahwa proses pengolahan yang dilalui oleh makanan McDonald's membuatnya lebih berbahaya dari makanan yang tidak diolah. Contoh kasus yaitu McNuggets. McNuggets awalnya diolah dari ayam yang sudah tua atau ayam yang sudah tidak dapat bertelur dan berdada besar. Tulang ayam kemudian dibuang dan dihancurkan menjadi semacam *mash* ayam yang kemudian dikombinasikan dengan segala macam stabilisator dan pengawet, dibuat menjadi berbagai macam bentuk, dilapisi tepung roti, digoreng, dibekukan, dan kemudian dikirim ke restoran McDonald's di dekat Anda. Hakin Robert Sweet menyebutnya

sebuah “McFrankenstein” penciptaan dari berbagai unsur yang tidak digunakan oleh kebanyakan koki rumahan.

Di hari ketujuh, Morgan Spurlock menceritakan bahwa dia sudah mengalami sakit pada dada seperti ada tekanan. Ini pertanda yang tidak baik tetapi Spurlock merasa harus terus melakukan eksperimen. Hari kedelapan, Morgan Spurlock memesan filet ikan, *soft drink*, dan kentang goreng untuk menu makan malam santai di atas tempat tidur sambil menonton televisi.

Morgan Spurlock kembali memesan *double quarter pounder* dengan tambahan keju untuk sarapan di hari kesembilan. Dia tidak merasa baik saat itu tetapi bukan seperti mengalami sakit, melainkan Spurlock merasa dia benar-benar depresi tanpa alasan. Seluruh kegiatan eksperimen ini berjalan lancar akan tetapi dia merasa sedikit aneh. Bagi Spurlock bukan pekerjaan yang sulit untuk memakan McDonald’s sepanjang waktu hanya karena rasanya yang enak dan itu membuatnya merasa baik, tetapi dia menyadari saat makan di McDonald’s beberapa saat kemudian dia akan merasakan lapar lagi dan ingin makan lagi dan lagi. Hal ini membuatnya bosan dengan menu yang di tawarkan oleh McDonald’s dan hanya perlu sembilan hari untuk merasakan bosan.

Don Gorske, seorang penggemar Big Mac, mengatakan bahwa saat pertama mendatangi McDonald’s dia memesan tiga Big Mac kemudian memakannya di dalam mobil di parkirannya. Sore hari, dia kembali dan membeli tiga Big Mac lagi, memakannya di dalam mobil di parkirannya dan

datang lagi sekitar pukul sebelas malam dan memesan tiga Big Mac kemudian melakukan hal yang sama. Jadi di hari pertama Don Gorske datang ke McDonald's, dia telah menghabiskan sembilan buah Big Mac dan merasa masih tidak cukup hamburger pada waktu itu. Jika ditotal, Gorske mengkonsumsi 265 buah Big Mac dalam satu bulan pertama di tempat yang sama. Ketika ditanya berapa banyak Big Mac yang dapat dia habiskan dalam sehari, jawabannya biasa hanya dua. Tetapi beberapa tahun lalu, dia mengkonsumsi 741 buah Big Mac atau lebih dari dua buah dalam sehari. Bahkan di restoran McDonald's langganannya tersebut memberi ucapan selamat kepada Gorske untuk gigitan Big Mac ke-19.000.

“Amerika Serikat telah ter-McDonalिसasi”, menurut seorang seniman Ron English, karena McDonald's dan perusahaan waralaba lainnya sudah sangat banyak. Ibarat *background* film kartun Flinstone yang berputar pada bangunan yang sama, hal ini juga yang tengah terjadi sekarang. Saat kita berjalan maka yang akan terlihat adalah K-Mart, WalMart, McDonald's, K-Mart, Wal-Mart, Wendy's, K-Mart dan terus sama hingga kita tidak tahu di mana kita berada.

Banyak dari anak-anak di Amerika Serikat menyaksikan sebanyak 10.000 iklan makanan per tahun di televisi. Dari iklan-iklan tersebut 95% merupakan sereal mengandung gula, minuman ringan, makanan cepat saji, atau permen. Makanan yang dikonsumsi oleh orang tua setiap hari sepanjang tahun bersama anak-anak yang mereka saksikan di televisi

memiliki desain isi pesan yang sangat menarik. Hampir semua iklan menampilkan karakter kartun atau, contohnya, Michael Jordan sebagai bintang iklan. Lambat laun orang tua akan melihat seribu kerusakan terjadi pada anak mereka, lebih banyak dibandingkan kerusakan yang akan terjadi pada industri makanan.

Margo Wootan, D.Sc, Center for Science in the Public Interest, mengatakan bahwa seiring waktu berjalan anak-anak yang sudah mampu berbicara kebanyakan dapat mengucapkan kata McDonald's. Morgan Spurlock kemudian membuktikannya dengan mendatangi siswa-siswi kelas 1 sebuah sekolah dasar di Worcester, Miami. Spurlock akan menunjukkan beberapa gambar dan meminta anak-anak tersebut untuk menjawab siapa yang berada digambar. Gambar pertama adalah George Washington, Presiden Amerika Serikat. Dari lima siswa-siswi, hanya tiga yang dapat menjawab nama George Washington dengan benar tetapi tidak dapat mengatakan apa yang dikerjakannya. Berikutnya yaitu gambar yang dikenal oleh umat nasrani sebagai Yesus Kristus, ketika gambar ini diperlihatkan bahkan tidak seorang pun dari kelima siswa-siswi yang tahu dan mampu menjawab dengan benar. Selanjutnya gambar Wendy's, salah satu restoran cepat saji di Amerika Serikat, diperlihatkan kepada kelima siswa-siswi dan hasilnya hanya satu yang dapat menjawab benar selebihnya hanya pernah melihat di televisi. Terakhir yaitu gambar Ronald McDonald's yang merupakan badut ikon dan paling sering muncul dalam seluruh aktivitas McDonald's. Tanpa

jeda, siswa-siswi kelas 1 sekolah dasar ini langsung mengenali dan menyebut dengan benar. Mereka berkata bahwa Ronald McDonald's sering muncul dalam iklan dan acara-acara kartun di televisi. Fakta yang mengejutkan.

Perusahaan-perusahaan besar menghabiskan milyaran uang mereka untuk memastikan bahwa konsumen dapat mengenali produk mereka. Pada tahun 2001, pada media iklan langsung atau *direct media advertisement* seperti radio, televisi dan media cetak, McDonald's menghabiskan \$1,4 Milyar di seluruh dunia. Sedangkan Pepsi menghabiskan lebih dari \$1 Milyar, permen coklat Hershey menghabiskan dibawah \$200.000.000 di seluruh dunia. Bandingkan dengan kampanye "5 Buah Sehari", salah satu kampanye yang mengajak masyarakat mengkonsumsi buah dan sayur, hanya menghabiskan dana dengan total dibawah \$2.000.000 untuk seluruh iklan di media. Bisa dibayangkan mereka hanya menggunakan seratus kali lebih rendah dari anggaran perusahaan permen sekalipun.

Marion Nestle, PhD, MPH, seorang Kepala Bidang Nutrisi dan Studi Makanan di Universitas New York, mengatakan banyak cara yang dilakukan untuk memasarkan sebuah makanan yaitu dengan pakaian, kupon, mainan anak, hadiah langsung ketika makan di restoran cepat saji. Jadi tidak mengherankan jika makanan yang paling gencar diiklankan pasti paling banyak dikonsumsi.

Hari kesepuluh, Morgan Spurlock membacakan bahan-bahan yang terkandung dalam satu kemasan tomat di McDonald's yang keseluruhannya mengandung gula yang banyak.

Kembali Margo Wootan, D.Sc mengatakan bahwa kebanyakan orang lebih menyukai mengkonsumsi makanan di luar rumah. Tetapi di restoran tidak banyak tersedia makanan sehat dan juga tidak ada informasi nilai gizi yang baik sehingga menjadikan kegiatan *eat out* tidak menyenangkan dan tidak menyehatkan.

McDonald's mengatakan bahwa informasi nilai gizi untuk semua produk mereka tersedia di website resmi dan dapat diperoleh secara *online*. Kenyataannya, menurut sensus Amerika Serikat tahun 2000, lebih dari separuh rumah di Amerika belum memiliki akses internet. Jadi apakah yang harus dilakukan orang-orang ini? Apakah harus pergi ke restoran hanya untuk mendapatkan informasi nutrisi? Jika iya, apakah informasi yang dicari ada di dalam sana? Morgan Spurlock mengajak kita untuk mencari tahu hal tersebut. Ketika sampai di restoran McDonald's yang pertama, kedua, ketiga tidak memiliki informasi nilai gizi yang dibutuhkan. Faktanya, hanya setengah dari gerai restoran McDonald's di Manhattan, Amerika Serikat yang memiliki dan terpajang di dinding. Beberapa restoran mempunyai informasi nilai gizi yang dapat dibawa pulang, dan satu dari empat restoran bahkan tidak mempunyai informasi apa pun.

Morgan Spurlock kembali mendatangi klinik kesehatan Health dan melakukan pemeriksaan darah pertama kemudian melakukan penimbangan berat badan untuk kedua kalinya. Hasilnya berat badan Spurlock meningkat hingga 10%. Disarankan untuk menghentikan konsumsi cairan dari McDonald's seperti *coke*, *shakes*, juga menghentikan memakan burger karena keadaannya mulai membahayakan.

Salah satu tempat yang juga mengalami dampak dari makanan cepat saji adalah di sekolah-sekolah. Salah satu sekolah di Naperville, Illinois membuktikannya. Saat Morgan Spurlock mengunjungi sekolah tersebut dan bertanya kepada salah seorang yang bertugas di bagian kantin sekolah, dinilai dari makanan apakah anak-anak memilih makanan berdasarkan pertimbangan kesehatan. Wanita tersebut menjawab bahwa para petugas kantin mencoba membuat para siswa memilih makanan yang tepat. Sekolah seolah menutup mata dari fakta yang ada, seorang siswa yang memesan kentang goreng mungkin saja membawa tas makan siang dengan menu lain. Barbawa Brown, Wakil Kepala Sekolah Bidang Layanan Sekolah untuk SMP Sodexo, mengatakan posisi sekolah adalah hanya dapat berharap bahwa melalui pendidikan gizi, para siswa akan belajar memilih makanan yang tepat tanpa membatasi.

Sementara di Sekolah Menengah Beckley, Virginia Barat, menu makan siang di sekolah tidak seperti di Illinois. Sekolah ini tidak menggunakan jasa pihak luar untuk mengurus pelayanan makanan,

namun mereka menggunakan program federal USDA untuk menu makan siang sekolah. USDA memberikan pengganti makanan kepada para siswa yang sebagian besar dipanaskan, dilarutkan dalam makanan kemasan dan memiliki jumlah kalori paling tinggi yaitu sekitar 1000 kalori pada setiap makanan. Spurlock diajak untuk melihat ke dalam pendingin makanan raksasa yang tersimpan di kantin sekolah dimana isinya penuh dengan makanan beku instan. Hanya 6 menu dari total keseluruhan 36 menu di kantin sekolah yang benar-benar diolah dan dimasak oleh koki, selebihnya diambil dari boks makanan instan pemberian pemerintah.

Appleton Central, sebuah SMA alternatif bagi para siswa yang gemar bolos dan memiliki masalah dalam perilaku, kini sudah membalikkan keadaan bukan melalui penerapan kedisiplinan melainkan dengan program diet. Kepala Sekolah, Greg Bretthauer, menyatakan bahwa mereka sangat beruntung karena program sehat ini merupakan hasil dari beberapa kontrak dengan Toko Roti Natural Ovens Manitowoc Wisconsin. Mereka percaya bahwa produk mereka ini rendah lemak, rendah gula, dan merupakan makanan olahan non kimia yang bebas dari pewarna dan pengawet, kaya akan biji-bijian, buah-buahan segar dan sayuran, tanpa daging sapi sama sekali dan melalui metode memasak dimana makanan tidak digoreng tetapi dipanggang menggunakan oven dan langsung tersaji tanpa perlu membuka kaleng kemasan dan mencairkannya. Debra Larson, Pekerja Sosial Sekolah, menyatakan bahwa sekolah memastikan untuk menyingkirkan mesin permen, mesin

soda, dan memberikan air mineral. Situasi ini membuat sekolah dapat melihat perubahan besar yang terjadi pada para siswa.

Pada kenyataannya, dengan menghadirkan program menu sehat ini Appleton Cental menghabiskan dana yang sama banyak dengan sekolah-sekolah yang lain. Pertanyaan kemudian, tetapi mengapa tidak semua sekolah mengikuti program ini?

Saat diwawancarai via telepon, Paul Stitt, MS, Pendiri Natural Ovens Bakery, mengatakan banyak tantangan dan perlawanan dari perusahaan *junk food* yang membuat keuntungan besar dari sekolah saat ini. Mereka tidak ingin tersingkir dari sistem sekolah karena mereka ingin tetap berada di dalam lingkungan untuk membuat para siswa kecanduan.

Menurut Kelly Brownell, PhD, perusahaan-perusahaan minuman ringan, khususnya, tidak jujur mengenai bagaimana mereka berkontribusi pada pendidikan di Amerika Serikat. Kenyataannya, apa yang telah mereka lakukan malah menguras uang dari masyarakat bukan membantu memberi bantuan kepada masyarakat. Hal ini karena perusahaan minuman ringan memompa uang ke dalam mesin melalui anak-anak yang mendapat jajan dari orang tua mereka dan uangnya tidak langsung dipergunakan untuk pendidikan, melainkan memberi keuntungan besar bagi perusahaan dan pergi dengan kekayaan tersebut.

Hon. Marlene Center, Dewan Pendidikan United School Distrik, Los Angeles, memberi pernyataan bahwa dirinya melarang penjualan soda

di distrik sekolah. Dia kemudian menunjukkan satu toples besar gula dan mengatakan bahwa gula tersebut merupakan gambaran nyata jumlah gula yang dikonsumsi dalam seminggu hanya dari meminum soda.

Hari ke-14, Morgan Spurlock kembali mengadakan perjalanan luar kota ke Houston, Texas, yang merupakan kota tergemuk se Amerika. Spurlock mencoba memesan menu sarapannya.

Ketika berbicara mengenai obesitas, banyak orang dengan cepat menunjuk berbagai makanan dan perusahaannya sebagai penyebab. Tetapi produsen produk grosir di Washington DC, Amerika Serikat berbasis kelompok lobi yang mempunyai misi untuk memperbesar keuntungan dari minuman, makanan, dan konsumen produk industri, cepat mengalihkan fokus dari perusahaan yang mereka wakili untuk mengingatkan semua orang bahwa lebih banyak orang yang bekerja di sini dibandingkan hanya sekedar makanan yang buruk.

“Kami percaya pada industri kami pun dengan industri lainnya. Saya pikir Anda mengetahui konsensus yang berkembang bahwa solusi terletak pada pendidikan yang baik. Kita harus memberi informasi yang baik kepada para orang tua agar dapat mengajari anak-anak untuk berolahraga dan membiasakan mengkonsumsi makanan sarat gizi yang lebih baik dengan gaya hidup sehat. Kami tidak mengajarkan pendidikan fisik lagi di sekolah.” kata Wakil Pimpinan Grocery Manufacturers of America. Di Amerika Serikat, hanya satu negara bagian yang

mewajibkan pendidikan fisik untuk kelas 12. Negara bagian ini juga termasuk yang tergemuk, yaitu Illinois.

Phil Lawler, Instruktur Pendidikan Fisik (Kesehatan Jasmani dan Rohani) di SMP Madison yang sarat akan makanan ringan untuk makan siang dan salah satu yang terbaik dalam melaksanakan program pendidikan fisik di Amerika Serikat. Sekolah ini kebanyakan didukung oleh penggalangan dana dan keterlibatan orang tua dan Lawler telah menciptakan model peran untuk infrastruktur dan sekolah distrik secara nasional. Selain Lawler, ada juga Brian Philips yang juga seorang instruktur pendidikan fisik yang menyatakan bahwa di sekolah tempat dia melatih, hanya sekali dalam seminggu para siswa memperoleh pelajaran kesehatan jasmani selama 45 menit. Waktu yang sangat tidak cukup untuk memenuhi standar yang direkomendasikan oleh dokter bahwa minimal dalam sehari perlu aktivitas fisik selama 30 menit agar berat badan dan kesehatan tetap terjaga dengan baik.

Pada tahun 2001 saat Presiden Bush mengumumkan kemenangannya dalam pemilu, dia kemudian mereformasi kebijakan pendidikan bahwa tidak ada persyaratan minimum untuk anak yang ingin bersekolah karena semua anak harus mampu membaca dan menulis. Program ini bernama “No Child Left Behind”. Menurut Dr. Gerald N. Tirozzi, Direktur Eksekutif dan Kepala Sekolah National Association Secondary School. hal ini mungkin akan menjadi sesuatu yang sangat sulit bagi sekolah-sekolah sehingga mengurangi waktu istirahat di

sekolah dasar agar dapat mempersiapkan diri menghadapi ujian. Akhirnya, anak-anak akan bisa membaca tetapi menjadi semakin gemuk. Artinya Amerika Serikat mungkin akan berakhir dengan anak-anak gemuk yang bisa membaca. Semakin banyak kepercayaan yang diberikan pada sekolah, maka semakin bias fokus mereka sehingga seharusnya mereka mencurahkan waktu dan energi, termasuk memperoleh pendidikan fisik, gizi dan kesehatan, telah ditiadakan.

Sementara di Beckly, West Virginia, siswa kelas 9 yang mengambil mata pelajaran kesehatan, ketika ditanya mengenai definisi kalori tidak ada yang dapat menjawab dengan benar. Bahkan ketika Morgan Spurlock bertanya pada masyarakat, tak ada satupun yang mampu menjelaskan dengan baik. Tidak sebaik Marion Nestle, PhD, MPH yang menjelaskan bahwa kalori adalah ukuran energi yang terkandung dalam makanan dan jenis kalori yang biasanya terdapat pada label kemasan makanan, satu kalori adalah jumlah energi yang diperlukan untuk menaikkan suhu satu liter air dalam satu derajat Celcius.

Eksperimen telah memasuki hari ke-16 dan Spurlock masih berada di Texas untuk mendapatkan menu sarapannya. Menurut keterangan Alex, pacar dari Morgan Spurlock, sangat sulit menyaksikan orang yang disayangi melewati hal seperti ini. Alex sangat khawatir tentang kondisi Spurlock karena melihat kekasihnya sangat kelelahan di malam hari,

sering terlambat pulang, dan ketika mereka melakukan kegiatan intim maka Spurlock menjadi sangat buruk.

Di hari ke-18, Spurlock merasa tidak sehat, sakit kepala kambuh lagi seperti ada seseorang yang menghentak pelipisnya. Spurlock merasa bahwa tubuhnya sangat membenci apa yang dilakukan olehnya.

Saat kembali ke klinik kesehatan, Morgan Spurlock dinyatakan sangat kekurangan vitamin namun kelebihan karbohidrat buatan yang berasal dari roti, biskuit McDonald's. Kadar gula tubuh Spurlock juga meningkat karena mengonsumsi *milkshake* dan coke McDonald's.

Berdasarkan fakta yang ada, sebenarnya hanya ada tujuh item pada McDonald's yang tidak mengandung gula sama sekali yaitu kentang goreng, ayam McNuggets, hashbrowns, sosis, diet coke, kopi, dan es teh. Sedangkan item lain, bahkan salad sekalipun, mengandung gula.

Akhirnya Morgan Spurlock kembali melakukan pengukuran berat badan dan mengalami penurunan hanya sejumlah 1 pound (0.45359237 kg) dan menurutnya dia harus menambah dengan mengonsumsi McDonald's lagi. Spurlock bercerita bahwa saat perjalanan di mobil, dia merasa sangat buruk bak sampah, merasa sangat sakit dan tidak bahagia tetapi ketika dia kembali makan McDonald's perasaannya membaik dan sangat baik.

Selama eksperimen berlangsung, Spurlock pun mendapatkan penjiagaan dari beberapa dokter ahli. Ketika Spurlock pergi memeriksakan tekanan darahnya, dokter menyebutkan dia mengalami

hipertensi atau berhubungan juga dengan gula darah, kolesterol meningkat sangat tinggi, hati Spurlock bahkan mengalami radang dan membocorkan beberapa enzim keluar ke darah. Dokter menyatakan bahwa kejadian ini disebabkan oleh lemak yang menumpuk pada tubuh Morgan Spurlock. Jika diibaratkan dengan orang yang mengonsumsi banyak alkohol, maka sama dengan Spurlock, dapat menyebabkan gagal hati atau liver failures. Kejadian ini tidak pernah ditemui sebelumnya yaitu orang yang dengan sengaja merusak organ hatinya dengan mengonsumsi banyak gula sehingga dokter pun sangat menyrankan Spurlock untuk menghentikan program eksperimen ini.

Ditengah-tengah eksperimennya, Morgan Spurlock menyempatkan menghubungi ibunya. Ibu Spurlcok sangat khawatir terhadap keadaan anak lelakinya. Ketika diceritakan mengenai penyakit hati yang di derita, Ibu Spurlock mengatakan rela memberikan hatinya demi anak tercinta.

Ada jenis obat yang digunakan dalam ruang gawat darurat disebut Nalokson. Obat ini digunakan untuk menangani kasus overdosis heroin yang mengalami koma, ketika disuntikan obat tersebut maka obat akan bekerja menahan opiat reseptor di otak sehingga membuat pasien dapat sadar. Apabila obat ini juga diberikan kepada pecandu coklat maka mereka kehilangan banyak keiinginan pada coklat. Begitulah penjelasan dari Bernard, MD, Komite Ahli Fisika Untuk Obat Responsif. Sedikit Spurlock bercerita kepada salah satu dokter bahwa ketika dia mulai memakan McDonald's suasana hati dan pikirannya menjadi sangat baik

dan dokter mengatakan bahwa Spurlock telah mengalami ketergantungan.

McDonald's menyebut konsumen yang makan paling tidak satu kali dalam seminggu sebagai "pengguna berat". 72% dari konsumen yang makan di McDonald's adalah pengguna berat. Mereka juga memiliki kategori lain, yaitu "pengguna super berat" atau konsumen yang makan tiga, empat, hingga lima kali dalam satu minggu. 22 % dari konsumen McDonald's adalah "pengguna super berat".

Kebali Bernard, MD menyatakan bahwa jika melihat ke dalam daftar menu di sebuah restoran cepat saji semua menggunakan zat adiktif. Mereka akan mengambil lempengan daging kemudian ditutup dengan keju yang tentu saja mengandung casomorphins (zat adiktif dalam protein keju) dan kemudian mereka sajikan dengan soda manis mengandung zat adiktif pada gula juga ditambahkan banyak kafein. Sekiranya seperti anak umur 12 tahun, sangat tidak cocok untuk kombinasi tersebut.

Pada tahun 2002, McDonald's Prancis mengeluarkan satu halaman penuh iklan di sebuah majalah yang menuliskan pendapat ahli gizi bahwa tidak ada alasan untuk pergi ke McDonald's lebih dari sekali dalam satu minggu. Kantor pusat McDonald's di Amerika Serikat menjadi panik dan mengatakan bahwa ini hanyalah salah satu opini dan sebagian besar profesional gizi mengatakan bahwa makanan McDonald's dapat menjadi bagian dari diet sehat. Untuk itu, Morgan Spurlock membuktikannya

dengan memanggil secara acak beberapa ahli gizi untuk mengetahui pendapat mereka mengenai makanan cepat saji. Hasilnya adalah dari 100 ahli gizi di seluruh Amerika Serikat, dua diantaranya mengatakan mengkonsumsi makanan cepat saji sebaiknya dilakukan dua kali dalam seminggu atau lebih, 28 orang mengatakan sekali dalam seminggu sampai satu atau dua kali dalam sebulan, 45 orang mengatakan tidak boleh memakan makanan cepat saji, sedangkan 95 orang diantaranya setuju bahwa makanan cepat saji merupakan penyebab utama epidemi obesitas di Amerika Serikat.

Tidak banyak warga yang menghargai tentang kesehatan di Amerika Serikat. Bahkan setiap tahun warga menghabiskan \$20 milyar untuk produk diet dan program penurunan berat badan. Termasuk di dalamnya pil, minuman, bar, program penurunan berat badan saat tidur atau menonton televisi, atau bahkan saat ingin memakan segala jenis makanan, mencar-cari cara baru untuk tetap langsing tanpa olahraga. Beberapa orang merasa bahwa mereka telah mencoba segalanya dan melihat bahwa hanya cara-cara tersebut yang tersisa sebagai harapan terakhir mereka untuk kesehatan.

Suatu hari di Memorial Hermann Memorial City Hospital, Houston, Texas, seorang pasien penderita obesitas dan diabetes bercerita kepada Morgan Spurlock. Bruce Howlett bertutur bahwa dia menderita diabetes dan hipertensi. Saat ditemui, dalam beberapa menit Howlett

akan menjalani operasi bypass lambung dan pengurangan lemak di bagian perut.

Adam Naaman, MD dan Carl Geisler, MD, Dokter Bedah Laparoscopic, mengatakan bahwa orang dengan hipertensi yang mengalami obesitas sekitar 75% akan menyingkirkan obat hipertensi mereka. Mereka berdua adalah dokter yang akan membantu Howlett menjalani operasi. Sebelumnya, Naaman dan Geisler telah melakukan lebih dari 500 operasi baypass lambung bersama-sama dan dapat menyelesaikan proses operasi kurang dari 30 menit lalu menyuruh pasien pulang pada keesokan harinya.

Bruce Howlett juga bercerita bahwa pernah siatu saat dia menjadi buta karena seminggu akibat penyakit diabetes. Kejadian ini membuatnya sadar untuk menghentikan meminum soda dan beruntung Howlett masih dapat melihat kembali. Dulu saat Howlett gemar minum soda, dia dapat meminum tiga atau empat kali sehari yang sama artinya dengan meminum dengan jumlah dua galon soda dalam sehari.

Tibalah hari ke-21, Morgan Spurlock tidak dapat beristirahat sehingga dia terbangun pukul dua dini hari. Spurlock merasakan sulit bernafas, merasa gerah dan kepanasan, jantung terasa berdebar-debar, yang Spurlock bisa lakukan hanyalah berjalan mengitari ruang tamu dan berusaha untuk bisa bernafas dan membuatnya ingin segera menyelesaikan eksperimen ini sebelum sesuatu yang buruk benar-benar terjadi.

Keesokan hari, Morgan Spurlock memutuskan untuk melakukan *check up* kesehatan rutin karena merasa sakit di bagian dada. Dokter menyuruhnya untuk meminum aspirin karena melihat hasil pemeriksaan kesehatan Spurlock yang di luar akal sehat. Tingkat asam urat Spurlock naik sangat tinggi, menyebabkan penyakit *hyperuricemia*, batu ginjal, dan dokter menjadi sangat cemas sehingga meminta Spurlock berhenti atau jika masih ingin melanjutkan dan suatu saat terasa panas hingga ke tenggorokan dan tangan disarankan untuk memanggil 911 (Layanan telepon darurat di Amerika Serikat).

Kenyataannya bukan hanya satu dokter yang mengatakan hal yang sama, tetapi semua dokter yang mengawasi eksperiment Spurlock ini mengatakan dia harus segera mungkin menghentikan semuanya sebelum hal-hal buruk terjadi. Di hari ke-22, Morgan Spurlock hanya duduk lemas di sofa tanpa melakukan apapun. Dia terlihat sangat depresi dan tidak fokus.

Di Amerika Serikat, perusahaan makanan adalah bisnis yang sangat besar oleh karena itu pekerjanya digaji sangat mahal. Demikian juga untuk pelobi bisnis, mereka memiliki beberapa tujuan yaitu memastikan tidak ada lembaga pemerintah yang pernah mengatakan untuk mengurangi konsumsi produk dari sebuah perusahaan, mereka juga mempunyai tujuan agar pemerintah tidak pernah meloloskan UU yang kurang baik bagi kelangsungan perusahaan mereka, dan rasanya mereka

juga punya tujuan untuk mendorong pemerintah untuk meloloskan UU yang menguntungkan mereka.

GMA merupakan salah satu lobi yang sangat hebat. Mereka mengatakan bahwa mereka berusaha sebaik mungkin, membiayai pendidikan dan memberikan banyak pilihan produk makanan. Mereka merasa telah memberikan banyak solusi dan bantuan, walaupun mereka mengaku mereka adalah bagian dari masalah itu sendiri.

Morgan Spurlock mencoba menghubungi kantor McDonald's bagian Corporate Social Responsibility untuk melakukan beberapa wawancara. Kesempatan pertama dijawab oleh Jim Cantalupo, CEO McDonald's tetapi ditolak. Kesempatan kedua, ketiga tetap ditolak. Sedangkan pada kesempatan lain, tiga orang wanita warga Amerika Serikat diminta untuk menyebutkan ikrar atau sumpah negara dan sudah tiga kali percobaan mereka masih tidak menghafal seluruh isi sumpah tersebut. Tetapi kemudian Spurlock menanyakan slogan dari Big Mac McDonald's, mereka menjawab dengan lancar dan tanpa hambatan.

Morgan Spurlock tetap menjalankan eksperimennya hingga akhir bulan dan memutuskan untuk mengkonsumsi sebanyak mungkin. Spurlock juga tetap berusaha untuk menghubungi CSR McDonald's tapi hasilnya nihil.

Hari ke-30 atau hari terakhir dari eksperimen Morgan Spurlock, kekasihnya Alex telah menyiapkan program detox diet yang akan dijalani oleh Spurlock saat akhir.

Film ini ditutup dengan cerita dari pengadilan bahwa Hakim Robert Sweet menghentikan gugatan terhadap McDonald's dengan alasan dua orang gadis tadi gagal menunjukkan bahwa mengonsumsi McDonald's-lah yang menyebabkan masalah pada mereka. Padahal dalam sebulan mengonsumsi McDonald's, Morgan Spurlock membuktikan bahwa berat badannya naik drastis, organ hatinya diselimuti oleh lemak, kolesterol naik hingga 65 poin, presentasi lemak tubuh meningkat menjadi 10%, beresiko terkena penyakit jantung koroner, merasa sangat depresi dan mudah lelah, suasana hati seperti tidak menentu, gairah seks tidak ada, menyebabkan kecanduan, sakit kepala, dan walaupun pada pemeriksaan darah akhir tubuhnya mengalami perbaikan tetapi para dokter tidak terlalu optimis.

Dampak dari gugatan awal masih sangat berpengaruh luas. Sekolah-sekolah di New York, Texas, dan San Francisco telah melarang minuman ringan mengandung gula di sekolah, dan semua makanan yang mengandung bahan alami bermunculan dimana-mana. McDonald's kemudian segera bergabung untuk mensponsori acara-acara yang bertema kesehatan, dan menciptakan menu baru yaitu salad premium. Pada saat yang sama, bagaimanapun juga, mereka adalah dalang penjualan sandwich tergemuk hingga sekarang. Sebut saja mcGriddle, kreasi pancake yang terbungkus oleh banyak bahan yang sempat menenangkan hati Spurlock saat dia di Texas mengandung lemak sama dengan satu Big Mac, gula lebih dari satu bungkus kue McDonald'sLand.

Kenyataannya, ayam salad dengan saus premium mereka memberikan lebih banyak kalori dari Big Mac dan 51 gram lemak.

Selama program McDiet, Morgan Spurlock telah mengonsumsi 30 pound gula, mengonsumsi 12 pounds lemak. Sehingga membuktikan bahwa benar tidak ada seorangpun yang harus memakan makanan seperti McDonald's tiga kali sehari. Tetapi yang mengerikan adalah, masih ada orang yang makan makan seperti ini secara teratur dan bahkan setiap hari.

Ketika eksperimen yang dilakukan Spurlock mungkin terdengar ekstrim, mengapa pihak McDonald's tidak menghapuskan pilihan ukuran besar? Siapa yang membutuhkan 42 ons *coke* dan setengah pound kentang goreng? Dan mengapa tidak memberikan pilihan selain dari kentang goreng? Mungkin semua itu akan menjadi awal yang baik. Tetapi mengapa perusahaan-perusahaan makanan cepat saji harus ingin berubah? Loyalitas yang mereka punya tidak diperuntukkan bagi konsumen tetapi bagi para pemegang saham karena, perlu digaris bawahi, semua ini hanya menyangkut urusan bisnis. Sehingga walaupun dengan menjual produk tidak sehat pada konsumen, mereka tetap mendapatkan keuntungan jutaan uang dan dapat dipastikan tidak ada perusahaan yang ingin berhenti melakukan hal tersebut.

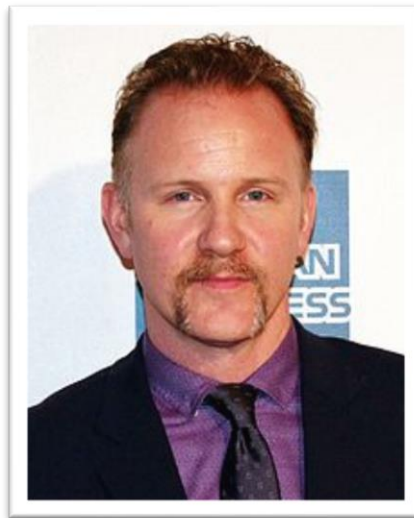
Terakhir, Morgan Spurlock berpendapat bahwa jika pergeseran paradigma ini terus berlanjut, dan konsumen memilih untuk tetap menjalani hidup yang tidak sehat, silahkan. Seiring dengan waktu,

konsumen mungkin akan mengalami hal yang sama seperti dia dan akan berakhir di Rumah Sakit atau di pemakaman. “Pertanyaan terbesarnya adalah, siapa yang ingin Anda lihat lebih dahulu? Anda atau mereka?”, tanya Spurlock pada akhir *scene*.

Sebelum film berakhir, ada beberapa gambar dan penjelasan mengenai lanjutan kisah orang-orang yang turut terlibat di dalam film ini, seperti John Banzhaf yang melanjutkan perjuangan untuk pengadaan pelabelan nutrisi di restoran-restoran dan melarang *junk food* masuk ke sekolah, Don Gorske telah memakan 19.852 Big Macs dan kolesterolnya berada pada nilai 140 dan sangat jarang memakan kentang goreng, Bruce Howlett telah menghilangkan lebih dari 100 pounds dan tidak lagi menjalani pengobatan untuk penyakit Hipertensi dan Diabetes, Gene Grabowski tidak bekerja lagi untuk GMA, pada Maret 2004, Kongres meloloskan peraturan yang disebut “Cheeseburger Bill” yang artinya melegalkan masyarakat untuk menggugat para perusahaan makanan karena membuat mereka obesitas. Detroit sekarang menjadi kota tergemuk di Amerika Serikat dan Texas menggeser lebih dari tiga kota ke urutan 10 teratas. Morgan Spurlock diundang untuk berbagi cerita tentang Super Size 9 kali selama sebulan dan 5 diantaranya dari Texas. Program detox diet yang dirancang oleh Alex, kekasih Spurlock, membuat kolesterol dan fungsi hati Spurlock kembali normal dalam 8 minggu dan beralih menjadi seorang vegetarian. Morgan Spurlock butuh 5 bulan untuk menurunkan berat badan sebanyak 20 pounds. 6 minggu

setelah film *Super Size Me* tayang perdana di Sundance Film Festival, McDonald's mengumumkan bahwa mereka telah menghapus pilihan "Super Size". McDonald's mengatakan bahwa keputusan tersebut tidak ada sangkut paut dengan film sama sekali.

2. Tentang Morgan Spurlock



Gambar 3.2 Morgan Spurlock, Sutradara *Super Size Me*

Morgan Valentine Spurlock, lahir 7 November 1970 di Parkersburg, tetapi dibesarkan di Beckley, West Virginia, Amerika Serikat. Dia adalah seorang Amerika keturunan Scotlandia dan Irlandia pembuat film dokumenter, humoris, produser televisi, penulis skenario dan aktivis politik, paling dikenal melalui film dokumenter *Super Size Me*. Spurlock adalah Esekutif Produser dan bintang dalam acara serial *reality* televisi berjudul *30 days*.

Spurlock mengenal dunia seni, musik, dan menulis sejak usia dini oleh Ibunya yang mendorong agar dia menemukan suara seni. Dengan melawan tradisi masyarakat Selatan pedesaan, Ibu Spurlock mengirim

Spurlock dan dua saudaranya ke kelas balet dan Camp Saga, sebuah perkemahan penulis musim panas di dekat Raleigh. Pada saat Spurlock lulus dari SMA Woodrow Wilson pada tahun 1989, kecintaannya kan dunia film mengantarnya pada keputusan untuk menjadi seorang *filmmaker* meskipun jalan menuju impiannya lebih sulit dari yang pernah dibayangkan. Spurlock sempat ditolak masuk ke sekolah film di University of Southern sebanyak 5 kali sebelum akhirnya diterima di Tisch School of The Arts, New York University, di mana Spurlock sering tampil di klub *stand-up* komedi dan lulus pada tahun 1993. Setelah meninggalkan Tisch School of The Arts, NYU, Spurlock bekerja lepas sebagai asisten produksi pada beberapa film, termasuk film triler aksi Luc Besson “The Professional” (1994) dan “Kiss of Death (1995) yang dibintangi oleh Nicholas Cage.

Atas desakan seorang teman, Spurlock mengikuti audisi sebagai juru bicara di Sony Electronics, menempati posisi tersebut, dan menghabiskan dua tahun bertindak sebagai PR perusahaan. Dia kemudian menggunakan pengalaman tersebut untuk menjadi seorang penyiar di Sony-sponsored Bud Light Pro Beach Volleyball League, saat pertandingan Olimpiade Musim Panas (1996) di Atlanta, selain itu bekerja juga sebagai penyiar untuk berbagai acara olahraga ekstrim di ESPN.

Beberapa tahun kemudian, Spurlock membentuk sebuah perusahaan produksi independen yang diberi nama The Con, dan

memulai membuat video-video perusahaan. Spurlock merasakan keberhasilan pertamanya dalam *reality show* “I Bet You Will” (MTV, 2002-2003), yang mulai populer sebagai usahan internet sebelum ditarik dari peredaran karena konten tayangan yang sangat berani.

Saat tengah duduk di sofa milik ibunya sambil menikmati pesta Thanksgiving, Spurlock tidak sengaja menyaksikan berita di televisi mengenai dua orang gadis remaja di New York yang menggugat McDonald’s mengkalim bahwa mereka menderita obesitas karena kesalahan makanan cepat saji yang berukuran raksasa. Selagi menyaksikan juru bicara McDonald’s merespon dengan pernyataan sederhana “our food is nutritious”, tiba-tiba saja sebuah ide muncul dalam benak Spurlock. Segera dia menghubungi teman dan seorang sinematografer, Scott Ambrozy, menyusun konsep, yang dibalas dengan pernyataan “that’s really great bad idea”. Enam bulan kemudian, mereka memproduksi *Super Size Me* (2004).

Setelah premier film *Super Size Me* di Sundance Film Festival 2004, film ini tidak hanya menjadi favorit, tetapi memenangkan Spurlock dalam kategori penghargaan Sutradara Terbaik dalam kompetisi film dokumenter dan menjadikannya salah satu nominasi Oscar untuk kategori Film Dokumenter Terbaik.

Pada bulan Mei 2005, Morgan Spurlock merilis buku pertamanya yang berjudul “Don’t Eat This Book: Fast Food and the Supersizing of America”. Selanjutnya, Spurlock kembali membuat film berjudul “Where

in the World is Ossama Bin Laden?” (2008) mengenai usaha pencarian teroris, menyutradarai film televisi “The Simpsons 20th Anniversary Special: In 3-D! On Ice! (Fox, 2010), membuat dokumenter kolaboratif tentang ekonomi dalam film “Freakonomis” (2010), dan kembali ke Sundance Film Festival pada bulan Januari dengan film terbarunya “The Greatest Movie Ever Sold” (2011).

Morgan Spurlock saat ini tinggal di New York City. Dia menikahi pacar lamanya, seorang vegan chef Alexandra Jamieson, namun bercerai. Mereka memiliki seorang putra, Laken James Spurlock, yang kelahirannya digambarkan dalam film dokumenter Spurlock “Where in the World Is Osama Bin Laden?” yang didedikasinya untuk Laken.

3. Credit Cast & Crew Super Size Me

Writer, Producer & Director	: Morgan Spurlock
Produce by	: Morgan Spurlock & The Con
Director of Photography	: Scott Ambrozy
Editor	: Stela Georgieva, Julie Bob Lombardi
Digital Animation	: Jonah Tobias
Motion Graphics	: Jonas Tobias
Executive Producer	: Joe Morley, Heather Winters
Associate Producer	: David Pederson
Art Director	: Joe the Artist
Post-Production Supervisor	: Michael Jackman, Stuart Macphee
Art Department	: Ron English

Sound Engineer	: Martin Czembor, Hans ten Broeke
Sound Recordist Intern	: David Alvarez Zerpa
Digital Film Transfer Supervisor	: Robert Luttrell
Digital Artist	: Jonah Tobias
Camera Operator	: Tracy Boulian, Avi Gerver, Julie Soefer
Additional Video Footage	: Julie Bob Lombardi, Morgan Spurlock
Animator	: Svilen Dimitrov, Kalin Stoyanov, Ivailo Tonchev, Svetoslav Tonchev
Animation Liaison US	: George Georgiev
Supervising Animator	: Goran Kissiov, Kiril Yanakiev
Animation Project Manager	: Nikolao Lukianov
Project Manager	: Tanya Assova
Ass. Project Manager	: Paulina Merekiowa
Technical Director	: Kiril Yanakiev
Colorist	: Haven Cousins
Dig. Intermediate Supervisor	: Thomas Edmon, Robert Luttrell
Negative Cutter	: Jim Finn
High Definition Transfer	: Gwen Fry, Mick O'Conner, Ben Vaughn
Ass. Editor	: Grant Goodman, Abbi Jutkowitz, Olivia Relova
On-line Editor	: Richard Haylock, Matt Woo

Post-Production Assistant	: Corey Michael Lincoln, Alexander Livingston
Original Music	: Steve Horowitz
Music Consultant	: Jim Black
Composer Add Music	: Michael Parrish and Folkfoot
Research Assist	: Albert Bramante
Creative Consultant	: Sean Connell, Joseph De Vito
Legal Consultant	: Sloss Law Office, John Sloss, Paul Brennan, Bingham-McCutcheon, Matthew McMurdo
Publicist	: Winston Emano, David Magdael, Steven Wallace
Photographers	: Tracy Boulian, Avi Gerver, Julie Soefer
Sales Agent	: Erin Heidenreich
Webmaster	: Rainier Rodriguez
Special Thanks	: Austin Spurlock, Caitlin Spurlock

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Responden

Di bawah ini adalah tabel data responden berdasarkan usia dan jenis kelamin:

Usia Responden		
Usia	Frekuensi	Persentase (%)
≤20 tahun	40	21.7
21-30 tahun	111	60.3
31-40 tahun	21	11.4
41-50 tahun	7	3.8
≥ 50 tahun	5	2.7
Total	184	100.0

Tabel 4.1 (Sumber: Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Jenis Kelamin Responden		
Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	85	46.2
Perempuan	99	53.8
Total	184	100.0

Tabel 4.2 (Sumber: Kuesioner Pra-test dan Post-test)

B. Pra-test (Penilaian Konsumen Makanan Cepat Saji Terhadap Makanan Cepat Saji Sebelum Menonton Film Super Size Me)

Berdasarkan model penelitian Studi Eksperimental, penelitian ini membutuhkan baseline measure awal untuk mengukur sejauh mana kognisi dan afeksi sampel terhadap suatu subjek. Sampel yang dimaksudkan adalah 184 orang konsumen makanan cepat saji dan subjek yang dimaksud adalah

pengaruh mengkonsumsi McDonald's terhadap kesehatan. Guna mendapatkan baseline measure yang diinginkan maka peneliti menyebarkan kuesioner pra-test dengan total pertanyaan 61 buah mengenai pengaruh McDonald's terhadap kesehatan dengan tanggapan dalam skala Likert.

Berikut adalah hasil olah data hasil kuesioner pra-test yang akan dijabarkan dalam bentuk tabel frekuensi dari tiap pernyataan yang diajukan dan terdiri dari beberapa bagian :

1. Pernyataan berikut berkaitan dengan pandangan umum konsumen terhadap McDonald's sebelum treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

McDonald's adalah makanan cepat saji yang memiliki gerai restoran terbanyak di dunia.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	17	9.2
tidak tahu	39	21.2
Setuju	109	59.2
sangat setuju	17	9.2
Total	184	100.0

Tabel 4.3 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 59,2% (109 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa restoran cepat saji McDonald's memiliki gerai restoran terbanyak di dunia. 21,2% (39 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu.

Sedangkan, 9,2% (17 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

McDonald's merupakan restoran cepat saji paling favorit.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	31	16.8
tidak tahu	46	25.0
Setuju	97	52.7
sangat setuju	9	4.9
Total	184	100.0

Tabel 4.4 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 52,7% (97 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's merupakan restoran cepat saji paling favorit. 25,0% (46 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 16,8% (31 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

McDonald's dikenal melalui iklan media massa seperti : Televisi, Radio dan Surat Kabar.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	14	7.6
tidak tahu	14	7.6
Setuju	131	71.2
sangat setuju	24	13.0
Total	184	100.0

Tabel 4.5 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 71,2% (131 orang) dan 13,0% (24

orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's dikenal melalui iklan media massa seperti : televisi, radio, dan surat kabar. 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 7,6% (14 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	26	14.1
tidak tahu	67	36.4
Setuju	80	43.5
sangat setuju	9	4.9
Total	184	100.0

Tabel 4.6 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 43,5% (80 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's. 36,4% (67 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 14,1% (26 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Keluarga di Makassar banyak mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	8	4.3
tidak setuju	45	24.5
tidak tahu	69	37.5
Setuju	58	31.5
sangat setuju	4	2.2
Total	184	100.0

Tabel 4.7 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 31,5% (58 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa keluarga di Makassar banyak mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri. 37,5% (69 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 24,5% (45 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

2. Pernyataan berikut berkaitan dengan sasilitas dan pelayanan McDonald's menurut konsumen sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	8	4.3
tidak tahu	20	10.9
Setuju	126	68.5
sangat setuju	29	15.8
Total	184	100.0

Tabel 4.8 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 68,5% (126 orang) dan 15,8% (29 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak. 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 4,3% (8 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

McDonalds's lebih banyak menyajikan menu dan layanan untuk anak-anak dan remaja.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	16	8.7
tidak tahu	23	12.5
Setuju	127	69.0
sangat setuju	14	7.6
Total	184	100.0

Tabel 4.9 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter *Super Size Me*, 69,0% (127 orang) dan 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's lebih banyak menyajikan menu dan layanan untuk anak-anak dan remaja. 12,5% (23 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 8,7% (16 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Gerai restoran McDonald's dibuat dengan interior dan eksterior yang nyaman, fasilitas wi-fi gratis dan memberikan banyak mainan kepada anak kecil agar terjadi <i>repeat buying</i>.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	14	7.6
tidak tahu	29	15.8
Setuju	110	59.8
sangat setuju	29	15.8
Total	184	100.0

Tabel 4.10 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter *Super Size Me*, 59,8% (110 orang) dan 15,8% (29 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju gerai restoran McDonald's dibuat dengan interior dan eksterior yang nyaman, fasilitas *wi-fi* gratis dan memberikan banyak mainan kepada anak kecil agar terjadi *repeat buying*. 15,8% (29 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 7,6% (14 orang)

dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

McDonald's memiliki layanan perayaan ulang tahun terbaik.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	28	15.2
tidak tahu	86	46.7
Setuju	53	28.8
sangat setuju	12	6.5
Total	184	100.0

Tabel 4.11 (Sumber Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 28,8% (53 orang) dan 6,5% (12 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's memiliki layanan perayaan ulang tahun terbaik. 46,7% (86 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 15,2% (28 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

McDonald's selalu menawarkan untuk menaikkan porsi menu yang dipesan oleh konsumen, seperti : nasi, <i>softdrink</i>, burger, dsb.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	20	10.9
tidak tahu	30	16.3
Setuju	105	57.1
sangat setuju	24	13.0
Total	184	100.0

Tabel 4.12 (Sumber Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter *Super Size Me*, 57,1% (105 orang) dan 13,0% (24 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's selalu menawarkan untuk menaikkan porsi manu yang dipesan oleh konsumen, seperti : nasi, *softdrink*, burger, dll. 16,3% (30 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 10,9% (20 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu McDonald's dalam porsi yang besar memiliki harga yang hanya berbeda sedikit dengan porsi kecil.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	27	14.7
tidak tahu	33	17.9
Setuju	105	57.1
sangat setuju	17	9.2
Total	184	100.0

Tabel 4.13 (Sumber Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter *Super Size Me*, 57,1% (105 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McDonald's dalam porsi yang besar memiliki harga yang hanya berbeda sedikit dengan porsi kecil. 17,9% (33 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 14,7% (27 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

McDonald's memberikan rincian bahan yang terkandung dalam menu.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	19	10.3
tidak setuju	53	28.8
tidak tahu	74	40.2
Setuju	34	18.5
sangat setuju	4	2.2
Total	184	100.0

Tabel 4.14 (Sumber Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 18,5% (34 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's memberikan rincian bahan yang terkandung dalam menu. 40,2% (74 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 28,8% (53 orang) dan 10,3% (19 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

3. Pernyataan berikut berkaitan dengan pendapat konsumen terhadap menu yang disajikan oleh McDonald's sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

Menu McDonald's Amerika sama dengan Menu McDonald's Indonesia.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	25	13.6
tidak tahu	115	62.5
Setuju	36	19.6
sangat setuju	2	1.1
Total	184	100.0

Tabel 4.15 (Sumber Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 19,6% (36 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McDonald's Amerika sama dengan Menu McDonald's Indonesia. 62,5% (115 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 13,6% (25 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih murah.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	15	8.2
tidak setuju	88	47.8
tidak tahu	23	12.5
Setuju	56	30.4
sangat setuju	2	1.1
Total	184	100.0

Tabel 4.16 (Sumber Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 30,4% (56 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa makanan cepat saji McDonald's lebih murah. 12,5% (23 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 47,8% (88 orang) dan 8,2% (15 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih higienis.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	8	4.3
tidak setuju	43	23.4
tidak tahu	76	41.3
setuju	50	27.2
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.17 (Sumber Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 27,2% (50 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa makanan cepat saji McDonald's lebih higienis. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 23,4% (43 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih praktis.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	17	9.2
tidak tahu	15	8.2
Setuju	131	71.2
sangat setuju	20	10.9
Total	184	100.0

Tabel 4.18 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 71,2% (131 orang) dan 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa makanan cepat saji McDonald's lebih praktis. 8,2% (15 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 9,2% (17 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Nasi		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	5	2.7
tidak tahu	28	15.2
Setuju	114	62.0
sangat setuju	32	17.4
Total	184	100.0

Tabel 4.19 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 62,0% (114 orang) dan 17,4% (32 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju menu nasi di McDonald's aman bagi kesehatan. 15,2% (28 orang) konsumen

McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, masing-masing 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Ayam		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	65	35.3
tidak tahu	56	30.4
Setuju	49	26.6
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.20 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 26,6% (49 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu ayam McDonald's aman bagi kesehatan. 30,4% (56 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 35,3% (65 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Burger		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	47	25.5
tidak tahu	63	34.2
Setuju	57	31.0
sangat setuju	11	6.0
Total	184	100.0

Tabel 4.21 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 31,0% (57 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu burger McDonald's aman bagi kesehatan. 34,2% (63 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 25,5% (47 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Kentang		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	8	4.3
tidak setuju	72	39.1
tidak tahu	53	28.8
Setuju	42	22.8
sangat setuju	9	4.9
Total	184	100.0

Tabel 4.22 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 22,8% (42 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu kentang McDonald's aman bagi kesehatan. 28,8% (53 orang) konsumen

McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 39,1% (72 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Spagetty		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	55	29.9
tidak tahu	76	41.3
Setuju	36	19.6
sangat setuju	12	6.5
Total	184	100.0

Tabel 4.23 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 19,6% (36 orang) dan 6,5% (12 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu spagetty McDonald's aman bagi kesehatan. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 29,9% (55 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : McNuggets		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	50	27.2
tidak tahu	77	41.8
Setuju	43	23.4
sangat setuju	9	4.9
Total	184	100.0

Tabel 4.24 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 23,4% (43 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McNuggets McDonald's aman bagi kesehatan. 41,8% (77 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 27,2% (50 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Pancake		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	9	4.9
tidak setuju	73	39.7
tidak tahu	69	37.5
setuju	25	13.6
sangat setuju	8	4.3
Total	184	100.0

Tabel 4.25 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 13,6% (25 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu pancake McDonald's aman bagi kesehatan. 37,5% (69 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 39,7% (73 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Muffin		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	11	6.0
tidak setuju	67	36.4
tidak tahu	76	41.3
setuju	23	12.5
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.26 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 12,5% (23 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu muffin McDonald's aman bagi kesehatan. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 36,4% (67 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Bubur Ayam		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	13	7.1
tidak tahu	48	26.1
setuju	103	56.0
sangat setuju	17	9.2
Total	184	100.0

Tabel 4.27 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 56,0% (103 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu

bubur ayam McDonald's aman bagi kesehatan. 26,1% (48 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 7,1% (13 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Soup		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	10	5.4
tidak tahu	52	28.3
Setuju	101	54.9
sangat setuju	17	9.2
Total	184	100.0

Tabel 4.28 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 54,9% (101 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu soup McDonald's aman bagi kesehatan. 28,3% (52 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 5,4% (10 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Ice Cream		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	11	6.0
tidak setuju	65	35.3
tidak tahu	76	41.3
Setuju	27	14.7
sangat setuju	5	2.7
Total	184	100.0

Tabel 4.29 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 14,7% (27 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu es krim McDonald's aman bagi kesehatan. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 35,3% (65 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Salad		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	8	4.3
tidak tahu	46	25.0
setuju	93	50.5
sangat setuju	31	16.8
Total	184	100.0

Tabel 4.30 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 50,5% (93 orang) dan 16,8% (31 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu

salad McDonald's aman bagi kesehatan. 25,0% (46 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 4,3% (8 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Softdrink		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	29	15.8
tidak tahu	43	23.4
Setuju	85	46.2
sangat setuju	24	13.0
Total	184	100.0

Tabel 2.31 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 46,2% (85 orang) dan 13,0% (24 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu *soft drink* McDonald's aman bagi kesehatan. 23,4% (43 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 15,8% (29 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Tea		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	0	0
tidak setuju	7	3.8
tidak tahu	46	25.0
setuju	121	65.8
sangat setuju	10	5.4
Total	184	100.0

Tabel 4.32 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 65,8% (121 orang) dan 5,4% (10 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu teh McDonald's aman bagi kesehatan. 25,0% (46 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju tetapi tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju alias 0% terhadap pernyataan diatas.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Coffee		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	24	13.0
tidak tahu	58	31.5
Setuju	94	51.1
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.33 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 51,1% (94 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu kopi McDonald's aman bagi kesehatan. 31,5% (58 orang) konsumen

McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 13,0% (24 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Milo		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	8	4.3
tidak tahu	39	21.2
setuju	123	66.8
sangat setuju	14	7.6
Total	184	100.0

Tabel 4.34 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 66,8% (123 orang) dan 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu milo McDonald's aman bagi kesehatan. 21,2% (39 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju tetapi 0% alias tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Air Mineral		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	1	.5
tidak tahu	14	7.6
setuju	126	68.5
sangat setuju	43	23.4
Total	184	100.0

Tabel 4.35 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 68,5% (126 orang) dan 23,4% (43 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu air mineral McDonald's aman bagi kesehatan. 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 0,5% (1 orang) tetapi 0% alias tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Menu lainnya (Mango Fizz, Lemon Tea)		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	9	4.9
tidak setuju	65	35.3
tidak tahu	67	36.4
Setuju	39	21.2
sangat setuju	4	2.2
Total	184	100.0

Tabel 4.36 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 21,2% (39 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu lainnya : mango fizz,lemon tea McDonald's aman bagi kesehatan. 36,4% (39 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 35,3% (65 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu makanan McDonald's selain salad mengandung kadar lemak dan gula yang tinggi sehingga dapat membahayakan kesehatan.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	13	7.1
tidak tahu	67	36.4
Setuju	87	47.3
sangat setuju	16	8.7
Total	184	100.0

Tabel 4.37 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 47,3% (87 orang) dan 8,7% (16 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu makanan McDonald's selain salad mengandung kadar lemak dan gula yang tinggi sehingga dapat membahayakan kesehatan. 36,4% (67 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 7,1% (13 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu McDonald's yang berukuran besar memiliki 50 kali lebih banyak kalori dibandingkan dengan ukuran kecil.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	6	3.3
tidak tahu	96	52.2
setuju	69	37.5
sangat tidak setuju	12	6.5
Total	184	100.0

Tabel 4.38 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 37,5% (69 orang) dan 6,5% (12 orang)

konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McDonald's yang berukuran besar memiliki 50 kali lebih banyak kalori dibandingkan dengan ukuran kecil. 52,2% (96 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 3,3% (6 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

4. Pernyataan berikut berkaitan dengan pendapat konsumen terhadap obesitas dan penyakit lainnya yang disebabkan oleh mengkonsumsi McDonald's sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

Mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan obesitas.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	2	1.1
tidak tahu	51	27.7
Setuju	96	52.2
sangat setuju	31	16.8
Total	184	100.0

Tabel 4.39 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 52,2% (96 orang) dan 16,8% (31 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengkonsumsi McDonald's dapat menyebabkan obesitas. 27,7% (51 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 1,1% (2 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Mengkonsumsi McDonald's tanpa melakukan olah raga dapat membuat konsumen menderita obesitas.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	7	3.8
tidak tahu	47	25.5
Setuju	94	51.1
sangat setuju	36	19.6
Total	184	100.0

Tabel 4.40 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 51,1% (94 orang) dan 19,6% (36 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengkonsumsi McDonald's tanpa melakukan olah raga dapat membuat konsumen menderita obesitas. 25,5% (47 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak tahu tetapi 0% alias tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Hipertensi		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	5	2.7
tidak tahu	59	32.1
Setuju	101	54.9
sangat setuju	16	8.7
Total	184	100.0

Tabel 4.41 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 54,9% (101 orang) dan 8,7% (16 orang)

konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit hipertensi. 32,1% (59 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 2,7% (5 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Jantung		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	11	6.0
tidak tahu	69	37.5
setuju	86	46.7
sangat setuju	14	7.6
Total	184	100.0

Tabel 4.42 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 46,7% (86 orang) dan 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit jantung. 37,5% (69 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 6,0% (11 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Stroke		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	8	4.3
tidak tahu	77	41.8
Setuju	76	41.3
sangat setuju	16	8.7
Total	184	100.0

Tabel 4.43 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 41,3% (76 orang) dan 8,7% (16 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit jantung. 41,8% (77 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 4,3% (8 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Batu Empedu		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	13	7.1
tidak tahu	115	62.5
Setuju	47	25.5
sangat setuju	5	2.7
Total	184	100.0

Tabel 4.44 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 25,5% (47 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas

dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit batu empedu. 62,5% (115 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 7,1% (13 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Keropos Tulang		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	10	5.4
tidak tahu	132	71.7
Setuju	34	18.5
sangat setuju	4	2.2
Total	184	100.0

Tabel 4.45 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 18,5% (34 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit keropos tulang. 71,7% (132 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 5,4% (10 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Tidur		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	12	6.5
tidak tahu	92	50.0
Setuju	67	36.4
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.46 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 36,4% (67 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan tidur. 50,0% (92 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 6,5% (12 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Sulit Bernafas		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	11	6.0
tidak tahu	81	44.0
Setuju	69	37.5
sangat setuju	18	9.8
Total	184	100.0

Tabel 4.47 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 37,5% (69 orang) dan 9,8% (18 orang)

konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit sulit bernafas. 44,0% (81 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 6,0% (11 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Rahim		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	15	8.2
tidak tahu	124	67.4
Setuju	33	17.9
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.48 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 17,9% (33 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker rahim. 67,4% (124 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 8,2% (15 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Payudara		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	10	5.4
tidak tahu	127	69.0
Setuju	37	20.1
sangat setuju	6	3.3
Total	184	100.0

Tabel 4.49 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 20,1% (37 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker payudara. 69,0% (127 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 5,4% (10 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Prostat		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	14	7.6
tidak tahu	111	60.3
Setuju	47	25.5
sangat setuju	6	3.3
Total	184	100.0

Tabel 4.50 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 25,5% (47 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas

dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker prostat. 60,3% (111 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 7,6% (14 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Usus		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	10	5.4
tidak tahu	87	47.3
Setuju	69	37.5
sangat setuju	11	6.0
Total	184	100.0

Tabel 4.51 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 37,5% (69 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker usus. 47,3% (87 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 5,4% (10 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kelebihan Lemak Jahat		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	4	2.2
tidak tahu	56	30.4
Setuju	99	53.8
sangat setuju	21	11.4
Total	184	100.0

Tabel 4.52 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 53,8% (99 orang) dan 11,4% (21 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kelebihan lemak jahat. 30,4% (56 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, masing-masing 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Lemak Hati		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	4	2.2
tidak tahu	73	39.7
Setuju	89	48.4
sangat setuju	13	7.1
Total	184	100.0

Tabel 4.53 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 48,4% (89 orang) dan 7,1% (13 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas

dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit lemak hati. 39,7% (73 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 2,2% (4 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gula		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	7	3.8
tidak tahu	62	33.7
Setuju	90	48.9
sangat setuju	20	10.9
Total	184	100.0

Tabel 4.54 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 48,9% (90 orang) dan 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gula. 33,7% (62 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 3,8% (7 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Asma		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	8	4.3
tidak setuju	12	6.5
tidak tahu	103	56.0
Setuju	52	28.3
sangat setuju	9	4.9
Total	184	100.0

Tabel 4.55 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 28,3% (52 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit asma. 56,0% (103 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 6,5% (12 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Asam Urat		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	12	6.5
tidak tahu	97	52.7
Setuju	59	32.1
sangat setuju	11	6.0
Total	184	100.0

Tabel 4. 56 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 32,1% (59 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas

dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit asam urat. 52,7% (97 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 6,5% (12 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Reproduksi		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	15	8.2
tidak tahu	109	59.2
Setuju	49	26.6
sangat setuju	6	3.3
Total	184	100.0

Tabel 4.57 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 26,6% (49 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan reproduksi. 59,2% (109 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 8,2% (15 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Haid		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	18	9.8
tidak tahu	122	66.3
Setuju	36	19.6
sangat setuju	4	2.2
Total	184	100.0

Tabel 4.58 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 19,6% (36 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan haid. 66,3% (122 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 9,8% (18 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Kesuburan		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	8	4.3
tidak setuju	16	8.7
tidak tahu	114	62.0
Setuju	40	21.7
sangat setuju	6	3.3
Total	184	100.0

Tabel 4.59 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 21,7% (40 orang) dan 3,3% (6 orang)

konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan kesuburan. 62,0% (114 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 8,7% (16 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Diabetes Akut		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	9	4.9
tidak tahu	73	39.7
Setuju	82	44.6
sangat setuju	17	9.2
Total	184	100.0

Tabel 4.60 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 44,6% (82 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit diabetes akut. 39,7% (73 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 4,9% (9 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Mengkonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	48	26.1
tidak tahu	49	26.6
Setuju	73	39.7
sangat setuju	8	4.3
Total	184	100.0

Tabel 4.61 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 39,7% (73 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengkonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan. 26,6% (49 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 26,1% (48 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	22	12.0
tidak tahu	111	60.3
Setuju	40	21.7
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.62 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 21,7% (40 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu

yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif. 60,3% (111 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 12,0% (22 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

Mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	37	20.1
tidak tahu	84	45.7
Setuju	49	26.6
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.63 (Sumber : Kuesioner Pra-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 26,6% (49 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi. 45,7% (84 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 20,1% (37 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas.

C. Post-test (Penilaian Konsumen Makanan Cepat Saji Terhadap Makanan Cepat Saji Setelah Menonton Film Super Size Me)

1. Pernyataan berikut berkaitan dengan pandangan umum konsumen terhadap McDonald's sebelum di beri treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

McDonald's adalah makanan cepat saji yang memiliki gerai restoran terbanyak di dunia.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	9	4.9
tidak tahu	15	8.2
Setuju	126	68.5
sangat setuju	34	18.5
Total	184	100.0

Tabel 4.64 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 68,5% (126 orang) setuju dan 18,5% (34 orang) sangat setuju bahwa McDonald's adalah makanan cepat saji yang memiliki gerai restoran terbanyak di dunia. Sedangkan 8,2% (15 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

McDonald's merupakan restoran cepat saji paling favorit.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	20	10.9
tidak tahu	16	8.7
Setuju	122	66.3
sangat setuju	25	13.6
Total	184	100.0

Tabel 4.65 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 66,3% (122 orang) setuju dan 13,6% (25 orang) sangat setuju bahwa McDonald's merupakan restoran cepat saji paling favorit. Sedangkan 8,7% (16 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 10,9% (20 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

McDonald's dikenal melalui iklan media massa seperti : Televisi, Radio dan Surat Kabar.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	8	4.3
tidak tahu	3	1.6
Setuju	130	70.7
sangat setuju	43	23.4
Total	184	100.0

Tabel 4.66 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak

70,7% (130 orang) setuju dan 23,4% (43 orang) sangat setuju bahwa McDonald's dikenal melalui iklan media massa seperti: televisi, radio, dan surat kabar. Sedangkan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	21	11.4
tidak tahu	37	20.1
Setuju	100	54.3
sangat setuju	25	13.6
Total	184	100.0

Tabel 4.67 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 54,3% (100 orang) setuju dan 13,6% (25 orang) sangat setuju bahwa masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's. Sedangkan 20,1% (37 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 11,4% (21 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Keluarga di Makassar banyak mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	40	21.7
tidak tahu	37	20.1
Setuju	80	43.5
sangat setuju	22	12.0
Total	184	100.0

Tabel 4.68 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 43,5% (80 orang) setuju dan 12,0% (22 orang) sangat setuju bahwa keluarga di Makassar banyak mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri. Sedangkan 20,1% (37 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 21,7% (40 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2. Pernyataan berikut berkaitan dengan sasilitas dan pelayanan McDonald's menurut konsumen sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	2	1.1
tidak tahu	11	6.0
Setuju	127	69.0
sangat setuju	44	23.9
Total	184	100.0

Tabel 4.69 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 69,0% (127 orang) setuju dan 23,9% (44 orang) sangat setuju bahwa McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak. Sedangkan 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

McDonalds's lebih banyak menyajikan menu dan layanan untuk anak-anak dan remaja.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	14	7.6
tidak tahu	7	3.8
Setuju	122	66.3
sangat setuju	40	21.7
Total	184	100.0

Tabel 4.70 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 66,3% (122 orang) setuju dan 21,7% (40 orang) sangat setuju bahwa McDonald's lebih banyak menyajikan menu dan layanan untuk anak-anak dan remaja. Sedangkan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 7,6% (14 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Gerai restoran McDonald's dibuat dengan interior dan eksterior yang nyaman, fasilitas wi-fi gratis dan memberikan banyak mainan kepada anak kecil agar terjadi <i>repeat buying</i>.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	9	4.9
tidak tahu	12	6.5
Setuju	110	59.8
sangat setuju	53	28.8
Total	184	100.0

Tabel 4.71 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 59,8% (110 orang) setuju dan 28,8% (53 orang) sangat setuju bahwa gerai restoran McDonald's dibuat dengan interior dan eksterior yang nyaman, fasilitas *wi-fi* gratis dan memberikan banyak mainan kepada anak kecil agar terjadi *repeat buying*. Sedangkan 6,5% (12 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

McDonald's memiliki layanan perayaan ulang tahun terbaik.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	25	13.6
tidak tahu	39	21.2
Setuju	80	43.5
sangat setuju	39	21.2
Total	184	100.0

Tabel 4.72 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 43,5% (80 orang) setuju dan 21,2% (39 orang) sangat setuju bahwa McDonald's memiliki layanan perayaan ulang tahun terbaik. Sedangkan 21,2% (39 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 13,6% (25 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

McDonald's selalu menawarkan untuk menaikkan porsi menu yang dipesan oleh konsumen, seperti : nasi, <i>softdrink</i>, burger, dsb.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	16	8.7
tidak tahu	11	6.0
Setuju	117	63.6
sangat setuju	37	20.1
Total	184	100.0

Tabel 4.73 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 63,6% (117 orang) setuju dan 20,1% (37 orang) sangat setuju bahwa McDonald's selalu menawarkan untuk menaikkan porsi menu yang dipesan oleh konsumen, seperti : nasi, *softdrink*, burger, dsb. Sedangkan 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 8,7% (16 orang)

dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu McDonald's dalam porsi yang besar memiliki harga yang hanya berbeda sedikit dengan porsi kecil.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	28	15.2
tidak tahu	18	9.8
Setuju	98	53.3
sangat setuju	37	20.1
Total	184	100.0

Tabel 4.74 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 53,3% (98 orang) setuju dan 20,1% (37 orang) sangat setuju bahwa menu McDonald's dalam porsi yang besar memiliki harga yang hanya berbeda sedikit dengan porsi kecil. Sedangkan 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 15,2% (28 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

McDonald's memberikan rincian bahan yang terkandung dalam menu.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	44	23.9
tidak setuju	58	31.5
tidak tahu	40	21.7
Setuju	37	20.1
sangat setuju	5	2.7
Total	184	100.0

Tabel 4.75 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 20,1% (37 orang) setuju dan 2,7% (5 orang) sangat setuju bahwa McDonald's memberikan rincian bahan yang terkandung dalam menu. Sedangkan 21,7% (40 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 31,5% (58 orang) dan 23,9% (44 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3. Pernyataan berikut berkaitan dengan pendapat konsumen terhadap menu yang disajikan oleh McDonald's sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

Menu McDonald's Amerika sama dengan Menu McDonald's Indonesia.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	63	34.2
tidak tahu	39	21.2
Setuju	70	38.0
sangat setuju	6	3.3
Total	184	100.0

Tabel 4.76 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 38,0% (70 orang) setuju dan 3,3% (6 orang) sangat setuju bahwa menu McDonald's Amerika sama dengan menu McDonald's Indonesia. Sedangkan 21,2% (39 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 34,2% (63 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih murah.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	20	10.9
tidak setuju	76	41.3
tidak tahu	18	9.8
Setuju	62	33.7
sangat setuju	8	4.3
Total	184	100.0

Tabel 4.77 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 33,7% (62 orang) setuju dan 4,3% (8 orang) sangat setuju bahwa makanan cepat saji McDonald's lebih murah. Sedangkan 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 41,3% (76 orang) dan 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih higienis.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	42	22.8
tidak tahu	35	19.0
Setuju	66	35.9
sangat setuju	35	19.0
Total	184	100.0

Tabel 4.78 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak

35,9% (66 orang) setuju dan 19,0% (35 orang) sangat setuju bahwa makanan cepat saji seperti McDonald's lebih higienis. Sedangkan 19,0% (35 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 22,8% (42 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih praktis.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	13	7.1
tidak setuju	20	10.9
tidak tahu	2	1.1
Setuju	129	70.1
sangat setuju	20	10.9
Total	184	100.0

Tabel 4.79 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 70,1% (129 orang) setuju dan 10,9% (20 orang) sangat setuju bahwa makanan cepat saji seperti McDonald's lebih praktis. Sedangkan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 10,9% (20 orang) dan 7,1% (13 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Nasi		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	24	13.0
tidak tahu	6	3.3
Setuju	117	63.6
sangat setuju	34	18.5
Total	184	100.0

Tabel 4.80 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 63,6% (117 orang) setuju dan 18,5% (34 orang) sangat setuju bahwa menu makanan nasi McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 13,0% (24 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Ayam		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	13	7.1
tidak setuju	51	27.7
tidak tahu	24	13.0
Setuju	74	40.2
sangat setuju	22	12.0
Total	184	100.0

Tabel 4.81 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak

40,2% (74 orang) setuju dan 12,0% (22 orang) sangat setuju bahwa menu makanan ayam McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 13,0% (24 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 27,7% (51 orang) dan 7,1% (13 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Burger		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	27	14.7
tidak tahu	22	12.0
setuju	86	46.7
sangat setuju	44	23.9
Total	184	100.0

Tabel 4.82 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 46,7% (86 orang) setuju dan 23,9% (44 orang) sangat setuju bahwa menu makanan burger McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 12,0% (22 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 14,7% (27 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Kentang		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	48	26.1
tidak tahu	18	9.8
Setuju	75	40.8
sangat setuju	38	20.7
Total	184	100.0

Tabel 4.83 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 40,8% (75 orang) setuju dan 20,7% (38 orang) sangat setuju bahwa menu makanan kentang McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 26,1% (48 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Spagetty		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	52	28.3
tidak tahu	26	14.1
setuju	74	40.2
sangat setuju	28	15.2
Total	184	100.0

Tabel 4.84 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami

perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 40,2% (74 orang) setuju dan 15,2% (28 orang) sangat setuju bahwa menu makanan kentang McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 14,1% (26 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 28,3% (52 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: McNuggets		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	28	15.2
tidak tahu	32	17.4
Setuju	84	45.7
sangat setuju	37	20.1
Total	184	100.0

Tabel 4.85 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, kosumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 45,7% (84 orang) setuju dan 20,1% (37 orang) sangat setuju bahwa menu makanan McNuggets McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 17,4% (32 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 15,2% (28 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Pancake		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	66	35.9
tidak tahu	33	17.9
Setuju	59	32.1
sangat setuju	20	10.9
Total	184	100.0

Tabel 4.86 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 32,1% (59 orang) setuju dan 10,9% (20 orang) sangat setuju bahwa menu makanan pancake McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 17,9% (33 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 35,9% (66 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Muffin		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	8	4.3
tidak setuju	66	35.9
tidak tahu	32	17.4
Setuju	57	31.0
sangat setuju	21	11.4
Total	184	100.0

Tabel 4.87 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak

31,0% (57 orang) setuju dan 11,4% (21 orang) sangat setuju bahwa menu makanan muffin McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 17,4% (32 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 35,9% (66 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Bubur Ayam		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	33	17.9
tidak tahu	22	12.0
setuju	101	54.9
sangat setuju	21	11.4
Total	184	100.0

Tabel 4.88 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 11,4% (21 orang) sangat setuju bahwa menu makanan bubur ayam McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 12,0% (22 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 17,9% (33 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Soup		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	8	4.3
tidak setuju	26	14.1
tidak tahu	18	9.8
setuju	108	58.7
sangat setuju	24	13.0
Total	184	100.0

Tabel 4.89 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 58,7% (108 orang) setuju dan 13,0% (24 orang) sangat setuju bahwa menu makanan soup McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 14,1% (26 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Ice Cream		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	60	32.6
tidak tahu	20	10.9
Setuju	68	37.0
sangat setuju	29	15.8
Total	184	100.0

Tabel 4.90 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami

perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 37,0% (68 orang) setuju dan 15,8% (29 orang) sangat setuju bahwa menu makanan ice cream McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 10,9% (20 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 32,6% (60 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan : Salad		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	19	10.3
tidak tahu	16	8.7
setuju	86	46.7
sangat setuju	56	30.4
Total	184	100.0

Tabel 4.91 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, kosumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 46,7% (86 orang) setuju dan 30,4% (56 orang) sangat setuju bahwa menu makanan salad McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 8,7% (16 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 10,3% (19 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Softdrink		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	5	2.7
tidak setuju	22	12.0
tidak tahu	13	7.1
setuju	87	47.3
sangat setuju	57	31.0
Total	184	100.0

Tabel 4.92 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 47,3% (87 orang) setuju dan 31,0% (57 orang) sangat setuju bahwa menu *softdrink* McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 7,1% (13 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 12,0% (22 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Tea		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	6	3.3
tidak setuju	45	24.5
tidak tahu	10	5.4
setuju	116	63.0
sangat setuju	7	3.8
Total	184	100.0

Tabel 4.93 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami

perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 63,0% (116 orang) setuju dan 3,8% (7 orang) sangat setuju bahwa menu teh McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 5,4% (10 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 24,5% (45 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Coffee		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	61	33.2
tidak tahu	17	9.2
Setuju	97	52.7
sangat setuju	6	3.3
Total	184	100.0

Tabel 4.94 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 52,7% (97 orang) setuju dan 3,3% (6 orang) sangat setuju bahwa menu kopi McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 9,2% (17 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 33,2% (61 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Milo		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	3	1.6
tidak setuju	43	23.4
tidak tahu	14	7.6
Setuju	113	61.4
sangat setuju	11	6.0
Total	184	100.0

Tabel 4.95 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 61,4% (113 orang) setuju dan 6,0% (11 orang) sangat setuju bahwa menu milo McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 7,6% (14 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 23,4% (43 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Air Mineral		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	13	7.1
tidak tahu	6	3.3
Setuju	113	61.4
sangat setuju	51	27.7
Total	184	100.0

Tabel 4.96 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami

perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 61,4% (113 orang) setuju dan 27,7% (51 orang) sangat setuju bahwa menu air mineral McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 7,1% (13 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan : Menu lainnya (Mango Fizz, Lemon Tea)		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	7	3.8
tidak setuju	59	32.1
tidak tahu	27	14.7
Setuju	73	39.7
sangat setuju	18	9.8
Total	184	100.0

Tabel 4.97 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 39,7% (73 orang) setuju dan 9,8% (18 orang) sangat setuju bahwa menu minuman lainnya : mango fizz, lemon tea, dsb McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 14,7% (27 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 32,1% (59 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's selain salad mengandung kadar lemak dan gula yang tinggi sehingga dapat membahayakan kesehatan.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	9	4.9
tidak tahu	9	4.9
Setuju	112	60.9
sangat setuju	52	28.3
Total	184	100.0

Tabel 4.98 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 60,9% (112 orang) setuju dan 28,3% (52 orang) sangat setuju bahwa menu makanan McDonald's selain salad mengandung kadar lemak dan gula yang tinggi sehingga dapat membahayakan kesehatan. Sedangkan 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 4,9% (9 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu McDonald's yang berukuran besar memiliki 50 kali lebih banyak kalori dibandingkan dengan ukuran kecil.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	5	2.7
tidak tahu	30	16.3
Setuju	109	59.2
sangat setuju	38	20.7
Total	184	100.0

Tabel 4.99 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 59,2% (109 orang) setuju dan 20,7% (38 orang) sangat setuju bahwa menu yang berukuran besar memiliki 50 kali lebih banyak kalori dibandingkan dengan ukuran kecil. Sedangkan 16,3% (30 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 2,7% (5 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Mengkonsumsi McDonald's dapat menyebabkan obesitas.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	4	2.2
tidak tahu	12	6.5
Setuju	88	47.8
sangat setuju	79	42.9
Total	184	100.0

Tabel 4.100 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 47,8% (88 orang) setuju dan 42,9% (79 orang) sangat setuju bahwa mengkonsumsi McDonald's dapat menyebabkan obesitas. Sedangkan 6,5% (12 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 2,2% (4 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Mengonsumsi McDonald's tanpa melakukan olah raga dapat membuat konsumen menderita obesitas.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	6	3.3
tidak tahu	10	5.4
Setuju	86	46.7
sangat setuju	82	44.6
Total	184	100.0

Tabel 4.101 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 46,7% (86 orang) setuju dan 44,6% (82 orang) sangat setuju bahwa mengonsumsi McDonald's tanpa melakukan olah raga dapat membuat konsumen menderita obesitas. Sedangkan 5,4% (10 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Hipertensi		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	2	1.1
tidak tahu	13	7.1
Setuju	106	57.6
sangat setuju	63	34.2
Total	184	100.0

Tabel 4.102 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami

perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 57,6% (106 orang) setuju dan 34,2% (63 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit hipertensi. Sedangkan 6,5% (12 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Jantung		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	3	1.6
tidak tahu	21	11.4
Setuju	100	54.3
sangat setuju	60	32.6
Total	184	100.0

Tabel 4.103 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 54,3% (100 orang) setuju dan 32,6% (60 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit jantung. Sedangkan 11,4% (21 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Stroke		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	2	1.1
tidak tahu	21	11.4
Setuju	101	54.9
sangat setuju	60	32.6
Total	184	100.0

Tabel 4.104 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 32,6% (60 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit stroke. Sedangkan 11,4% (21 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Batu Empedu		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	5	2.7
tidak tahu	45	24.5
Setuju	97	52.7
sangat setuju	37	20.1
Total	184	100.0

Tabel 4.105 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 52,7% (97 orang) setuju dan 37% (20,1 orang) sangat setuju bahwa

obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit batu empedu. Sedangkan 24,5% (45 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Keropos Tulang		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	6	3.3
tidak tahu	51	27.7
Setuju	94	51.1
sangat setuju	33	17.9
Total	184	100.0

Tabel 4.106 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 51,1% (94 orang) setuju dan 17,9% (33 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit keropos tulang. Sedangkan 27,7% (51 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Tidur		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	8	4.3
tidak tahu	31	16.8
Setuju	98	53.3
sangat setuju	47	25.5
Total	184	100.0

Tabel 4.107 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 53,3% (98 orang) setuju dan 25,5% (47 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan tidur. Sedangkan 16,8% (31 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Sulit Bernafas		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	8	4.3
tidak tahu	25	13.6
Setuju	97	52.7
sangat setuju	54	29.3
Total	184	100.0

Tabel 4.108 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 52,7% (97 orang) setuju dan 29,3% (54 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit sulit bernafas. Sedangkan 13,6% (25 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Rahim		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	5	2.7
tidak tahu	54	29.3
Setuju	88	47.8
sangat setuju	35	19.0
Total	184	100.0

Tabel 4.109 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 47,8% (88 orang) setuju dan 19,0% (35 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker rahim. Sedangkan 29,3% (54 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 2,7% (5 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Payudara		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	3	1.6
tidak tahu	56	30.4
Setuju	90	48.9
sangat setuju	33	17.9
Total	184	100.0

Tabel 4.110 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami

perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 48,9% (90 orang) setuju dan 17,9% (33 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker payudara. Sedangkan 30,4% (56 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 1,6% (3 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Prostat		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	3	1.6
tidak tahu	46	25.0
Setuju	93	50.5
sangat setuju	40	21.7
Total	184	100.0

Tabel 4.111 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 50,5% (93 orang) setuju dan 21,7% (40 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker prostat. Sedangkan 25,0% (46 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 1,6% (3 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kanker Usus		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	3	1.6
tidak tahu	36	19.6
Setuju	101	54.9
sangat setuju	44	23.9
Total	184	100.0

Tabel 4.112 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 23,9% (44 orang) sangat setuju bahwa obesitas menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker usus. Sedangkan 19,6% (36 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Kelebihan Lemak Jahat		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	3	1.6
tidak tahu	9	4.9
Setuju	110	59.8
sangat setuju	62	33.7
Total	184	100.0

Tabel 4.113 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak

59,8% (110 orang) setuju dan 33,7% (62 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kelebihan lemak jahat. Sedangkan 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Lemak Hati		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	2	1.1
tidak tahu	14	7.6
Setuju	106	57.6
sangat setuju	62	33.7
Total	184	100.0

Tabel 4.114 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 57,6% (106 orang) setuju dan 33,7% (62 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit lemak hati. Sedangkan 7,6% (14 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gula		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	2	1.1
tidak tahu	11	6.0
Setuju	106	57.6
sangat setuju	65	35.3
Total	184	100.0

Tabel 4.115 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 57,6% (106 orang) setuju dan 35,3% (65 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gula. Sedangkan 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Asma		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	3	1.6
tidak tahu	44	23.9
Setuju	85	46.2
sangat setuju	52	28.3
Total	184	100.0

Tabel 4.116 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 46,2% (85 orang) setuju dan 28,3% (52 orang) sangat setuju bahwa

obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit asma. Sedangkan 23,9% (44 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Asam Urat		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	2	1.1
tidak tahu	46	25.0
Setuju	85	46.2
sangat setuju	51	27.7
Total	184	100.0

Tabel 4.117 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 46,2% (85 orang) setuju dan 27,7% (51 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit asam urat. Sedangkan 25,0% (46 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Reproduksi		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	4	2.2
tidak tahu	35	19.0
Setuju	110	59.8
sangat setuju	35	19.0
Total	184	100.0

Tabel 4.118 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 59,8% (110 orang) setuju dan 19,0% (35 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan reproduksi. Sedangkan 19,0% (35 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Haid		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	7	3.8
tidak tahu	57	31.0
Setuju	90	48.9
sangat setuju	30	16.3
Total	184	100.0

Tabel 4.119 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak

48,9% (90 orang) setuju dan 16,3% (30 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan haid. Sedangkan 31,0% (57 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Gangguan Kesuburan		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	5	2.7
tidak tahu	38	20.7
Setuju	109	59.2
sangat setuju	32	17.4
Total	184	100.0

Tabel 4.120 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 59,2% (109 orang) setuju dan 17,4% (32 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan kesuburan. Sedangkan 20,7% (38 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit : Diabetes Akut		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
tidak setuju	1	.5
tidak tahu	25	13.6
Setuju	116	63.0
sangat setuju	42	22.8
Total	184	100.0

Tabel 4.121 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 63,0% (116 orang) setuju dan 22,8% (42 orang) sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit diabetes akut. Sedangkan 13,6% (25 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Mengkonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	4	2.2
tidak setuju	29	15.8
tidak tahu	13	7.1
Setuju	111	60.3
sangat setuju	27	14.7
Total	184	100.0

Tabel 4.122 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 60,3% (111 orang) setuju dan 14,7% (27 orang) sangat setuju bahwa

mengonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan. Sedangkan 7,1% (13 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 15,8% (29 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	2	1.1
tidak setuju	16	8.7
tidak tahu	45	24.5
Setuju	89	48.4
sangat setuju	32	17.4
Total	184	100.0

Tabel 4.123 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 48,4% (89 orang) setuju dan 17,4% (32 orang) sangat setuju bahwa menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif. Sedangkan 24,5% (45 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 8,7% (16 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi.		
Tanggapan	Frekuensi	Persentase (%)
sangat tidak setuju	1	.5
tidak setuju	20	10.9
tidak tahu	30	16.3
Setuju	101	54.9
sangat setuju	32	17.4
Total	184	100.0

Tabel 4.124 (Sumber : Kuesioner Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, konsumen McDonald's mengalami perubahan afeksi dan kognisi dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 17,4% (32 orang) sangat setuju bahwa mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi. Sedangkan 16,3% (30 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 10,9% (20 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's tidak setuju dan sangat tidak setuju.

D. Perbandingan Pra-test dan Post-test (Penilaian Konsumen Makanan Cepat Saji Terhadap Makanan Cepat Saji Sebelum dan Setelah Menonton Film Super Size Me)

Berikut adalah hasil olah data hasil kuesioner pra-test dan post-test yang akan dijabarkan dalam bentuk tabel frekuensi dari tiap pernyataan yang diajukan dan terdiri dari beberapa bagian:

1. Pernyataan berikut berkaitan dengan pandangan umum konsumen terhadap McDonald's sebelum dilakukan treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

McDonald's adalah makanan cepat saji yang memiliki gerai restoran terbanyak di dunia.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	2	1,1	9	4,9
Tidak Setuju	17	9,2	15	8,2
Tidak Tahu	39	21,2	0	0
Setuju	109	59,2	168	91,3
Sangat Setuju	17	9,2	16	8,7
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.125 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 59,2% (109 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa restoran cepat saji McDonald's memiliki gerai restoran terbanyak di dunia. 21,2% (39 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu, 9,2% (17 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi

tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 68,5% (126 orang) setuju dan 18,5% (34 orang) sangat setuju, 8,2% (15 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

McDonald's merupakan restoran cepat saji paling favorit.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5	1	0,5
Tidak Setuju	31	16,8	20	10,9
Tidak Tahu	46	25,0	16	8,7
Setuju	97	52,7	122	66,3
Sangat Setuju	9	4,9	25	13,6
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.126 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 52,7% (97 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's merupakan restoran cepat saji paling favorit. 25,0% (46 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 16,8% (31 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 66,3% (122 orang) setuju dan 13,6% (25 orang) sangat setuju, 8,7% (16 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 10,9% (20 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

McDonald's dikenal melalui iklan media massa seperti : televisi, radio dan surat kabar.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0	0
Tidak Setuju	14	7,6	8	4,3
Tidak Tahu	14	7,6	3	1,6
Setuju	131	71,2	130	70,7
Sangat Setuju	24	13,0	43	23,4
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.127 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 71,2% (131 orang) dan 13,0% (24 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's dikenal melalui iklan media massa seperti : televisi, radio, dan surat kabar. 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu, 7,6% (14 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 70,7% (130 orang) setuju dan 23,4% (43 orang) sangat setuju, 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

Masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	2	1,1	1	0,5
Tidak Setuju	26	14,1	21	11,4
Tidak Tahu	67	36,4	37	20,1
Setuju	80	43,5	100	54,3
Sangat Setuju	9	4,9	25	13,6
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.128 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 43,5% (80 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa masyarakat Indonesia merupakan penggemar makanan cepat saji McDonald's. 36,4% (67 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 14,1% (26 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak. Sedangkan pada post-test kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 54,3% (100 orang) setuju dan 13,6% (25 orang) sangat setuju, 20,1% (37 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 11,4% (21 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Keluraga di Makassar banyak mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	8	4,3	5	2,7
Tidak Setuju	45	24,5	40	21,7
Tidak Tahu	69	37,5	80	43,5
Setuju	58	31,5	130	70,7
Sangat Setuju	4	2,2	22	12,0
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.129 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 31,5% (58 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa keluarga di Makassar banyak mengkonsumsi makanan di luar rumah dibandingkan memasak sendiri. 37,5% (69 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu, 24,5% (45 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 43,5% (80 orang) setuju dan 12,0% (22 orang) sangat setuju, 20,1% (37 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 21,7% (40 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2. Pernyataan berikut berkaitan dengan fasilitas dan pelayanan McDonald's menurut konsumen sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5	0	0
Tidak Setuju	8	4,3	2	1,1
Tidak Tahu	20	10,9	11	6,0
Setuju	126	68,5	127	69,0
Sangat Setuju	29	15,8	44	23,9
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.130 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 68,5% (126 orang) dan 15,8% (29 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's menyajikan tempat bermain khusus anak-anak. 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 4,3% (8 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 69,0% (127 orang) setuju dan 23,9% (44 orang) sangat setuju, 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju.

McDonald's lebih banyak menyajikan menu dan layanan untuk anak-anak dan remaja.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	1	0,5
Tidak Setuju	16	8,7	14	7,6
Tidak Tahu	23	12,5	7	3,8
Setuju	127	69,0	122	66,3
Sangat Setuju	14	7,6	40	21,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.131 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 69,0% (127 orang) dan 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's lebih banyak menyajikan menu dan layanan untuk anak-anak dan remaja. 12,5% (23 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 8,7% (16 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 66,3% (122 orang) setuju dan 21,7% (40 orang) sangat setuju, 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 7,6% (14 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Gerai restoran McDonald's dibuat dengan interior dan eksterior yang nyaman, fasilitas wi-fi gratis dan memberikan banyak mainan kepada anak kecil agar terjadi <i>repeat buying</i>.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	2	1,1	0	0
Tidak Setuju	14	7,6	9	4,9
Tidak Tahu	29	15,8	12	6,5
Setuju	110	59,8	110	59,8
Sangat Setuju	29	15,8	53	28,8
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.132 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 59,8% (110 orang) dan 15,8% (29 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju gerai restoran McDonald's dibuat dengan interior dan eksterior yang nyaman, fasilitas *wi-fi* gratis dan memberikan banyak mainan kepada anak kecil agar terjadi *repeat buying*. 15,8% (29 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 7,6% (14 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 59,8% (110 orang) setuju dan 28,8% (53 orang) sangat setuju, 6,5% (12 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

McDonald's memiliki layanan perayaan ulang tahun terbaik.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	1	0,5
Tidak Setuju	28	15,2	25	13,6
Tidak Tahu	86	46,7	39	21,2
Setuju	53	28,8	80	43,5
Sangat Setuju	12	6,5	39	21,2
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.133 (Sumber Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 28,8% (53 orang) dan 6,5% (12 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's memiliki layanan perayaan ulang tahun terbaik. 46,7% (86 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 15,2% (28 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 43,5% (80 orang) setuju dan 21,2% (39 orang) sangat setuju, 21,2% (39 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 13,6% (25 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

McDonald's selalu menawarkan untuk menaikkan porsi menu yang dipesan oleh konsumen, seperti: nasi, <i>softdrink</i>, burger, dsb.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	3	1,6
Tidak Setuju	20	10,9	16	8,7
Tidak Tahu	30	16,3	11	6,0
Setuju	105	57,1	117	63,6
Sangat Setuju	24	13,0	37	20,1
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.134 (Sumber Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 57,1% (105 orang) dan 13,0% (24 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's selalu menawarkan untuk menaikkan porsi manu yang dipesan oleh konsumen, seperti : nasi, *softdrink*, burger, dll. 16,3% (30 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 10,9% (20 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 63,6% (117 orang) setuju dan 20,1% (37 orang) sangat setuju, 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 8,7% (16 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu McDonald's dalam porsi yang besar memiliki harga yang hanya berbeda sedikit dengan porsi kecil.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	2	1,1	3	1,6
Tidak Setuju	27	14,7	28	15,2
Tidak Tahu	33	17,9	18	9,8
Setuju	105	57,1	98	53,3
Sangat Setuju	17	9,2	37	20,1
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.135 (Sumber Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 57,1% (105 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McDonald's dalam porsi yang besar memiliki harga yang hanya berbeda sedikit dengan porsi kecil. 17,9% (33 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 14,7% (27 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 53,3% (98 orang) setuju dan 20,1% (37 orang) sangat setuju, 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 15,2% (28 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

McDonald's memberikan rincian bahan yang terkandung dalam menu.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	19	10,3	44	23,9
Tidak Setuju	53	28,8	58	31,5
Tidak Tahu	74	40,2	40	21,7
Setuju	34	18,5	37	20,1
Sangat Setuju	4	2,2	5	2,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.136 (Sumber Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 18,5% (34 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa McDonald's memberikan rincian bahan yang terkandung dalam menu. 40,2% (74 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 28,8% (53 orang) dan 10,3% (19 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 20,1% (37 orang) setuju dan 2,7% (5 orang) sangat setuju, 21,7% (40 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 31,5% (58 orang) dan 23,9% (44 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3. Pernyataan berikut berkaitan dengan pendapat konsumen terhadap menu yang disajikan oleh McDonald's sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

Menu McDonald's Amerika sama dengan Menu McDonald's Indonesia.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	6	3,3	6	3,3
Tidak Setuju	25	13,6	63	34,2
Tidak Tahu	115	62,5	39	21,2
Setuju	36	19,6	70	38,0
Sangat Setuju	2	1,1	6	3,3
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.137 (Sumber Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 19,6% (36 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McDonald's Amerika sama dengan Menu McDonald's Indonesia. 62,5% (115 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 13,6% (25 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 38,0% (70 orang) setuju dan 3,3% (6 orang) sangat setuju, 21,2% (39 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 34,2% (63 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih murah.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	15	8,2	20	10,9
Tidak Setuju	88	47,8	76	41,3
Tidak Tahu	23	12,5	18	9,8
Setuju	56	30,4	62	33,7
Sangat Setuju	2	1,1	8	4,3
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.138 (Sumber Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 30,4% (56 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa makanan cepat saji McDonald's lebih murah. 12,5% (23 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 47,8% (88 orang) dan 8,2% (15 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 33,7% (62 orang) setuju dan 4,3% (8 orang) sangat setuju, 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 41,3% (76 orang) dan 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Makanan cepat saji seperti Mcdonald's lebih higienis.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	8	4,3	6	3,3
Tidak Setuju	43	23,4	42	22,8
Tidak Tahu	76	41,3	35	19,0
Setuju	50	27,2	66	35,9
Sangat Setuju	7	3,8	35	19,0
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.139 (Sumber Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 27,2 (50 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa makanan cepat saji McDonald's lebih higienis. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 23,4% (43 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 35,9% (66 orang) setuju dan 19,0% (35 orang) sangat setuju, 19,0% (35 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 22,8% (42 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Makanan cepat saji seperti McDonald's lebih praktis.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5	13	7,1
Tidak Setuju	17	9,2	20	10,9
Tidak Tahu	15	8,2	2	1,1
Setuju	131	71,2	129	70,1
Sangat Setuju	20	10,9	20	10,9
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.140 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 71,2% (131 orang) dan 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa makanan cepat saji McDonald's lebih praktis. 8,2% (15 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 9,2% (17 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 70,1% (129 orang) setuju dan 10,9% (20 orang) sangat setuju, 1,1% (2 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 10,9% (20 orang) dan 7,1% (13 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: nasi.				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	3	1,6
Tidak Setuju	5	2,7	24	13,0
Tidak Tahu	28	15,2	6	3,3
Setuju	114	62,0	117	63,3
Sangat Setuju	32	17,4	34	18,5
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.141 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 62,0% (114 orang) dan 17,4% (32 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju menu nasi di McDonald's aman bagi kesehatan. 15,2% (28 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 63,6% (117 orang) setuju dan 18,5% (34 orang) sangat setuju, 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 13,0% (24 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: ayam				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	7	3,8	13	7,1
Tidak Setuju	65	35,3	51	27,7
Tidak Tahu	56	30,4	24	13,0
Setuju	49	26,6	74	40,2
Sangat Setuju	7	3,8	22	12,0
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.142 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 26,6% (49 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu ayam McDonald's aman bagi kesehatan. 30,4% (56 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 35,3% (65 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 40,2% (74 orang) setuju dan 12,0% (22 orang) sangat setuju, 13,0% (24 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 27,7% (51 orang) dan 7,1% (13 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: burger				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	6	3,3	5	2,7
Tidak Setuju	47	25,5	27	14,7
Tidak Tahu	63	34,2	22	12,0
Setuju	57	31,0	86	46,7
Sangat Setuju	11	6,0	44	23,9
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.143 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 31,0% (57 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu burger McDonald's aman bagi kesehatan. 34,2% (63 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 25,5% (47 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 46,7% (27 orang) setuju dan 23,9% (44 orang) sangat setuju, 12,0% (22 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 14,7% (27 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: kentang				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	8	4,3	5	2,7
Tidak Setuju	72	39,1	48	26,1
Tidak Tahu	53	28,8	18	9,8
Setuju	42	22,8	75	40,8
Sangat Setuju	9	4,9	38	20,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.144 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 22,8% (42 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu kentang McDonald's aman bagi kesehatan. 28,8% (53 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 39,1% (72 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 40,8% (75 orang) setuju dan 20,7% (38 orang) sangat setuju, 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 26,1% (48 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: spagetty				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	4	2,2
Tidak Setuju	55	29,9	52	28,3
Tidak Tahu	76	41,3	26	14,1
Setuju	36	19,6	74	40,2
Sangat Setuju	12	6,5	28	15,2
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.145 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 19,6% (36 orang) dan 6,5% (12 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu spagetty McDonald's aman bagi kesehatan. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 29,9% (55 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 40,2% (74 orang) setuju dan 15,2% (28 orang) sangat setuju, 14,1% (26 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 28,3% (52 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: McNuggets				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	3	1,6
Tidak Setuju	50	27,2	28	15,2
Tidak Tahu	77	41,8	32	17,4
Setuju	43	23,4	84	45,7
Sangat Setuju	9	4,9	37	20,1
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.146 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 23,4% (43 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McNuggets McDonald's aman bagi kesehatan. 41,8% (77 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 27,2% (50 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 45,7% (84 orang) setuju dan 20,1% (37 orang) sangat setuju, 17,4% (32 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 15,2% (28 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: pancake				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	9	4,9	6	3,3
Tidak Setuju	73	39,7	66	35,9
Tidak Tahu	69	37,5	33	17,9
Setuju	25	13,6	59	32,1
Sangat Setuju	8	4,3	20	10,9
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.147 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 13,6% (25 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu pancake McDonald's aman bagi kesehatan. 37,5% (69 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 39,7% (73 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 32,1% (59 orang) setuju dan 10,9% (20 orang) sangat setuju, 9% (33 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 35,9% (66 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: muffin				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	11	6,0	8	4,3
Tidak Setuju	67	36,4	66	35,9
Tidak Tahu	76	41,3	32	17,4
Setuju	23	12,5	57	31,0
Sangat Setuju	7	3,8	21	11,4
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.148 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 12,5% (23 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu muffin McDonald's aman bagi kesehatan. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 36,4% (67 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 31,0% (57 orang) setuju dan 11,4% (21 orang) sangat setuju, 17,4% (32 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 35,9% (66 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: bubur ayam				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	3	1,6	7	3,8
Tidak Setuju	13	7,1	33	17,9
Tidak Tahu	48	26,1	22	12,0
Setuju	103	56,0	101	54,9
Sangat Setuju	17	9,2	21	11,4
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.149 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 56,0% (103 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu bubur ayam McDonald's aman bagi kesehatan. 26,1% (48 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 7,1% (13 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 11,4% (21 orang) sangat setuju, 12,0% (22 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 17,9% (33 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: soup				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	8	4,3
Tidak Setuju	10	5,4	26	14,1
Tidak Tahu	52	28,3	18	9,8
Setuju	101	54,9	108	58,7
Sangat Setuju	17	9,2	24	13,0
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.150 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 54,9% (101 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu soup McDonald's aman bagi kesehatan. 28,3% (52 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 5,4% (10 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 58,7% (108 orang) setuju dan 13,0% (24 orang) sangat setuju, 9,8% (18 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 14,1% (26 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: ice cream				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	11	6,0	7	3,8
Tidak Setuju	65	35,3	60	32,6
Tidak Tahu	76	41,3	20	10,9
Setuju	27	14,7	68	37,0
Sangat Setuju	5	2,7	29	15,8
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.151 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 14,7% (27 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu es krim McDonald's aman bagi kesehatan. 41,3% (76 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 35,3% (65 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 37,0% (68 orang) setuju dan 15,8% (29 orang) sangat setuju, 10,9% (20 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 32,6% (60 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's aman bagi kesehatan: salad				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	6	3,3	7	3,8
Tidak Setuju	8	4,3	19	10,3
Tidak Tahu	46	25,0	16	8,7
Setuju	93	50,5	86	46,7
Sangat Setuju	31	16,8	56	30,4
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.152 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 50,5% (93 orang) dan 16,8% (31 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu salad McDonald's aman bagi kesehatan. 25,0% (46 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 4,3% (8 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 46,7% (86 orang) setuju dan 30,4% (56 orang) sangat setuju, 8,7% (16 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 10,3% (19 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan: softdrink				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	3	1,6	5	2,7
Tidak Setuju	29	15,8	22	12,0
Tidak Tahu	43	23,4	13	7,1
Setuju	85	46,2	87	47,3
Sangat Setuju	24	13,0	57	31,0
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 2.153 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 46,2% (85 orang) dan 13,0% (24 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu *soft drink* McDonald's aman bagi kesehatan. 23,4% (43 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 15,8% (29 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 47,3% (87 orang) setuju dan 31,0% (57 orang) sangat setuju, 7,1% (13 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 12,0% (22 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan: tea				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	0	0	6	3,3
Tidak Setuju	7	3,8	45	24,5
Tidak Tahu	46	25,0	10	5,4
Setuju	121	65,8	116	63,0
Sangat Setuju	10	5,4	7	3,8
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.154 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 65,8% (121 orang) dan 5,4% (10 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu teh McDonald's aman bagi kesehatan. 25,0% (46 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju tetapi tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju alias 0%. Sedangkan pada post-test konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 63,0% (116 orang) setuju dan 3,8% (7 orang) sangat setuju, 5,4% (10 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 24,5% (45 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan: coffee				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5	3	1,6
Tidak Setuju	24	13,0	61	33,2
Tidak Tahu	58	31,5	17	9,2
Setuju	94	51,1	97	52,7
Sangat Setuju	7	3,8	6	3,3
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.155 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 51,1% (94 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu kopi McDonald's aman bagi kesehatan. 31,5% (58 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 13,0% (24 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 52,7% (97 orang) setuju dan 3,3% (6 orang) sangat setuju bahwa menu kopi McDonald's aman bagi kesehatan. Sedangkan 9,2% (17 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 33,2% (61 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan: milo				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	0	0	3	1,6
Tidak Setuju	8	4,3	43	23,4
Tidak Tahu	39	21,2	14	7,6
Setuju	123	66,8	113	61,4
Sangat Setuju	14	7,6	11	6,0
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.156 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 66,8% (123 orang) dan 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu milo McDonald's aman bagi kesehatan. 21,2% (39 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju tetapi 0% alias tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju terhadap pernyataan diatas. Sedangkan pada post-test kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 61,4% (113 orang) setuju dan 6,0% (11 orang) sangat setuju, 7,6% (14 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 23,4% (43 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan: air mineral				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	0	0	1	0,5
Tidak Setuju	1	0,5	13	7,1
Tidak Tahu	14	7,6	6	3,3
Setuju	126	68,5	113	61,4
Sangat Setuju	43	23,4	51	27,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.157 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 68,5% (126 orang) dan 23,4% (43 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu air mineral McDonald's aman bagi kesehatan. 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 0,5% (1 orang) tetapi 0% alias tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 61,4% (113 orang) setuju dan 27,7% (51 orang) sangat setuju, 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 7,1% (13 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu minuman McDonald's aman bagi kesehatan: lainnya (mango fizz, lemon tea)				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	9	4,9	7	3,8
Tidak Setuju	65	35,3	59	32,1
Tidak Tahu	67	36,4	27	14,7
Setuju	39	21,2	73	39,7
Sangat Setuju	4	2,2	18	9,8
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.158 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 21,2% (39 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu lainnya : manggo fizz,lemon tea McDonald's aman bagi kesehatan. 36,4% (39 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 35,3% (65 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 39,7% (73 orang) setuju dan 9,8% (18 orang) sangat setuju, 14,7% (27 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 32,1% (59 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu makanan McDonald's selain salad mengandung kadar lemak dan gula yang tinggi sehingga dapat membahayakan kesehatan				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5	2	1,1
Tidak Setuju	13	7,1	9	4,9
Tidak Tahu	67	36,4	9	4,9
Setuju	87	47,3	112	60,9
Sangat Setuju	16	8,7	52	28,3
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.159 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 47,3% (87 orang) dan 8,7% (16 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu makanan McDonald's selain salad mengandung kadar lemak dan gula yang tinggi sehingga dapat membahayakan kesehatan. 36,4% (67 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 7,1% (13 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 60,9% (112 orang) setuju dan 28,3% (52 orang) sangat setuju, 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 4,9% (9 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu McDonald's yang berukuran besar memiliki 50 kali lebih banyak kalori dibandingkan dengan ukuran kecil				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	1	0,5	2	1,1
Tidak Setuju	6	3,3	5	2,7
Tidak Tahu	96	52,2	30	16,3
Setuju	69	37,5	109	59,2
Sangat Setuju	12	6,5	38	20,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.160 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 37,5% (69 orang) dan 6,5% (12 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu McDonald's yang berukuran besar memiliki 50 kali lebih banyak kalori dibandingkan dengan ukuran kecil. 52,2% (96 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 3,3% (6 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 59,2% (109 orang) setuju dan 20,7% (38 orang) sangat setuju, 16,3% (30 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 2,7% (5 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

4. Pernyataan berikut berkaitan dengan pendapat konsumen terhadap obesitas dan penyakit lainnya yang disebabkan oleh mengkonsumsi McDonald's sebelum diberi treatment yaitu menonton film dokumenter Super Size Me.

Mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan obesitas				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	1	0,5
Tidak Setuju	2	1,1	4	2,2
Tidak Tahu	51	27,7	12	6,5
Setuju	96	52,2	88	47,8
Sangat Setuju	31	16,8	79	42,9
Jumlah	184	100,0	184	100,0

Tabel 4.161 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 52,2% (96 orang) dan 16,8% (31 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan obesitas. 27,7% (51 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 1,1% (2 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 47,8% (88 orang) setuju dan 42,9% (79 orang) sangat setuju, 6,5% (12 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 2,2% (4 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Mengonsumsi McDonald's tanpa melakukan olah raga dapat membuat konsumen menderita obesitas				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	7	3,8	6	3,3
Tidak Tahu	47	25,5	10	5,4
Setuju	94	51,1	86	46,7
Sangat Setuju	36	19,6	82	44,6
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.162 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 51,1% (94 orang) dan 19,6% (36 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengonsumsi McDonald's tanpa melakukan olah raga dapat membuat konsumen menderita obesitas. 25,5% (47 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak tahu tetapi 0% alias tidak ada konsumen yang benar-benar bersikap sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 46,7% (86 orang) setuju dan 44,6% (82 orang) sangat setuju, 5,4% (10 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: hipertensi				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	3	1,6	0	0
Tidak Setuju	5	2,7	2	1,1
Tidak Tahu	59	32,1	13	7,1
Setuju	101	54,9	106	57,6
Sangat Setuju	16	8,7	63	34,2
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.163 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 54,9% (101 orang) dan 8,7% (16 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit hipertensi. 32,1% (59 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Sedangkan, 2,7% (5 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 57,6% (106 orang) setuju dan 34,2% (63 orang) sangat setuju, 6,5% (12 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: jantung				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	0	0
Tidak Setuju	11	6,0	3	1,6
Tidak Tahu	69	37,5	21	11,4
Setuju	86	46,7	100	54,3
Sangat Setuju	14	7,6	60	32,6
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.164 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 46,7% (86 orang) dan 7,6% (14 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit jantung. 37,5% (69 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 6,0% (11 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 54,3% (100 orang) setuju dan 32,6% (60 orang) sangat setuju. 11,4% (21 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: stroke				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	7	3,8	0	0
Tidak Setuju	8	4,3	2	1,1
Tidak Tahu	77	41,8	21	11,4
Setuju	76	41,3	101	54,9
Sangat Setuju	16	8,7	60	32,6
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.165 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 41,3% (76 orang) dan 8,7% (16 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit stroke. 41,8% (77 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 4,3% (8 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 32,6% (60 orang) sangat setuju, 11,4% (21 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: batu empedu				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	0	0
Tidak Setuju	13	7,1	5	2,7
Tidak Tahu	115	62,5	45	24,5
Setuju	47	25,5	97	52,7
Sangat Setuju	5	2,7	37	20,1
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.166 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 25,5% (47 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit batu empedu. 62,5% (115 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 7,1% (13 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 52,7% (97 orang) setuju dan 20,1% (37 orang) sangat setuju, 24,5% (45 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: keropos tulang				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	0	0
Tidak Setuju	10	5,4	6	3,3
Tidak Tahu	132	71,7	51	27,7
Setuju	34	18,5	94	51,5
Sangat Setuju	4	2,2	33	17,9
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.167 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 18,5% (34 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit keropos tulang. 71,7% (132 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 5,4% (10 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 51,1% (94 orang) setuju dan 17,9% (33 orang) sangat setuju. 27,7% (51 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: gangguan tidur				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	6	3,3	0	0
Tidak Setuju	12	6,5	8	4,3
Tidak Tahu	92	50,0	31	16,8
Setuju	67	36,4	98	53,3
Sangat Setuju	7	3,8	47	25,5
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.168 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 36,4% (67 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan tidur. 50,0% (92 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 6,5% (12 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedang pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 53,3% (98 orang) setuju dan 25,5% (47 orang) sangat setuju, 16,8% (31 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: sulit bernafas				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	0	0
Tidak Setuju	11	6,0	8	4,3
Tidak Tahu	81	44,0	25	13,6
Setuju	69	37,5	97	52,7
Sangat Setuju	18	9,8	54	29,3
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.169 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 37,5% (69 orang) dan 9,8% (18 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit sulit bernafas. 44,0% (81 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 6,0% (11 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 52,7% (97 orang) setuju dan 29,3% (54 orang) sangat setuju, 13,6% (25 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: kanker rahim				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	2	1,1
Tidak Setuju	15	8,2	5	2,7
Tidak Tahu	124	67,4	54	29,3
Setuju	33	17,9	88	47,8
Sangat Setuju	7	3,8	35	19,0
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.170 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 17,9% (33 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker rahim. 67,4% (124 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 8,2% (15 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 47,8% (88 orang) setuju dan 19,0% (35 orang) sangat setuju, 29,3% (16 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 2,7% (5 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: kanker payudara				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	2	1,1
Tidak Setuju	10	5,4	3	1,6
Tidak Tahu	127	69,0	56	30,4
Setuju	37	20,1	90	48,9
Sangat Setuju	6	3,3	33	17,9
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.171 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 20,1% (37 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker payudara. 69,0% (127 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 5,4% (10 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 48,9% (90 orang) setuju dan 17,9% (33 orang) sangat setuju, 30,4% (56 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 1,6% (3 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: kanker prostat				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	6	3,3	2	1,1
Tidak Setuju	14	7,6	3	1,6
Tidak Tahu	111	60,3	46	25,0
Setuju	47	25,5	93	50,5
Sangat Setuju	6	3,3	40	21,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.172 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 25,5% (47 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker prostat. 60,3% (111 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 7,6% (14 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 50,5% (93 orang) setuju dan 21,7% (40 orang) sangat setuju, 25,0% (46 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 1,6% (3 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: kanker usus				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	7	3,8	0	0
Tidak Setuju	10	5,4	3	1,6
Tidak Tahu	87	47,3	36	19,6
Setuju	69	37,5	101	54,9
Sangat Setuju	11	6,0	44	23,9
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.173 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 37,5% (69 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kanker usus. 47,3% (87 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 5,4% (10 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 23,9% (44 orang) sangat setuju, 19,6% (36 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: kelebihan lemak jahat				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	0	0
Tidak Setuju	4	2,2	3	1,6
Tidak Tahu	56	30,4	9	4,9
Setuju	99	53,8	110	59,8
Sangat Setuju	21	11,4	62	33,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.174 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 53,8% (99 orang) dan 11,4% (21 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit kelebihan lemak jahat. 30,4% (56 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. Masing-masing 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 59,8% (110 orang) setuju dan 33,7% (62 orang) sangat setuju, 4,9% (9 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: lemak hati				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	0	0
Tidak Setuju	4	2,2	2	1,1
Tidak Tahu	73	39,7	14	7,6
Setuju	89	48,4	106	57,6
Sangat Setuju	13	7,1	62	33,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.175 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 48,4% (89 orang) dan 7,1% (13 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit lemak hati. 39,7% (73 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 2,2% (4 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 57,6% (106 orang) setuju dan 33,7% (62 orang) sangat setuju. 7,6% (14 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: gula				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	0	0
Tidak Setuju	7	3,8	2	1,1
Tidak Tahu	62	33,7	11	6,0
Setuju	90	48,9	106	57,6
Sangat Setuju	20	10,9	65	35,3
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.176 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 48,9% (90 orang) dan 10,9% (20 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gula. 33,7% (62 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 3,8% (7 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 57,6% (106 orang) setuju dan 35,3% (65 orang) sangat setuju, 6,0% (11 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit:asma				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	8	4,3	0	0
Tidak Setuju	12	6,5	3	1,6
Tidak Tahu	103	56,0	44	23,9
Setuju	52	28,3	85	46,2
Sangat Setuju	9	4,9	52	28,2
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.177 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 28,3% (52 orang) dan 4,9% (9 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit asma. 56,0% (103 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 6,5% (12 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, disimpulkan bahwa setelah menonton film dokumenter Super Size Me, kosumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 46,2% (85 orang) setuju dan 28,3% (52 orang) sangat, 23,9% (44 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,6% (3 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: asam urat				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	0	0
Tidak Setuju	12	6,5	2	1,1
Tidak Tahu	97	52,7	46	25,0
Setuju	59	32,1	85	46,2
Sangat Setuju	11	6,0	51	27,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.178 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 32,1% (59 orang) dan 6,0% (11 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit asam urat. 52,7% (97 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 6,5% (12 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 46,2% (85 orang) setuju dan 27,7% (51 orang) sangat setuju, 25,0% (46 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: gangguan reproduksi				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	5	2,7	0	0
Tidak Setuju	15	8,2	4	2,2
Tidak Tahu	109	59,2	35	19,0
Setuju	49	26,6	110	59,8
Sangat Setuju	6	3,3	35	19,0
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.179 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 26,6% (49 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan reproduksi. 59,2% (109 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 8,2% (15 orang) dan 2,7% (5 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 59,8% (110 orang) setuju dan 19,0% (35 orang) sangat setuju, 19,0% (35 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: gangguan haid				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	0	0
Tidak Setuju	18	9,8	7	3,8
Tidak Tahu	122	66,3	57	31,0
Setuju	36	19,6	90	48,9
Sangat Setuju	4	2,2	30	16,3
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.180 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 19,6% (36 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan haid. 66,3% (122 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 9,8% (18 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan, pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 48,9% (90 orang) setuju dan 16,3% (30 orang) sangat setuju, 31,0% (57 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: gangguan kesuburan				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	8	4,3	0	0
Tidak Setuju	16	8,7	5	2,7
Tidak Tahu	114	62,0	38	20,7
Setuju	40	21,7	109	59,2
Sangat Setuju	6	3,3	32	17,4
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.181 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 21,7% (40 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit gangguan kesuburan. 62,0% (114 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 8,7% (16 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 59,2% (109 orang) setuju dan 17,4% (32 orang) sangat setuju. 20,7% (38 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 2,7% (5 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit: diabetes akut				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	3	1,6	0	0
Tidak Setuju	9	4,9	1	0,5
Tidak Tahu	73	39,7	25	13,6
Setuju	82	44,6	116	63,0
Sangat Setuju	17	9,2	42	22,8
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.182 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 44,6% (82 orang) dan 9,2% (17 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa obesitas dapat menyebabkan tubuh rentan terhadap penyakit diabetes akut. 39,7% (73 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 4,9% (9 orang) dan 1,6% (3 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 63,0% (116 orang) setuju dan 22,8% (42 orang) sangat setuju, 13,6% (25 orang) konsumen bersikap tidak tahu dan sisanya 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's tidak setuju.

Mengonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	6	3,3	4	2,2
Tidak Setuju	48	26,1	29	15,8
Tidak Tahu	49	26,6	13	7,1
Setuju	73	39,7	111	60,3
Sangat Setuju	8	4,3	27	14,7
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.183 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 39,7% (73 orang) dan 4,3% (8 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengonsumsi McDonald's dapat membuat kecanduan. 26,6% (49 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 26,1% (48 orang) dan 3,3% (6 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 46,7% (86 orang) setuju dan 44,6% (82 orang) sangat setuju, 7,1% (13 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 15,8% (29 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	4	2,2	2	1,1
Tidak Setuju	22	12,0	16	8,7
Tidak Tahu	111	60,3	45	24,5
Setuju	40	21,7	89	48,4
Sangat Setuju	7	3,8	32	17,4
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.184 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 21,7% (40 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa menu yang disajikan McDonald's mengandung zat adiktif. 60,3% (111 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 12,0% (22 orang) dan 2,2% (4 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 47,4% (89 orang) setuju dan 17,4% (32 orang) sangat setuju, 24,5% (45 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 8,7% (16 orang) dan 1,1% (2 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	7	3,8	1	0,5
Tidak Setuju	37	20,1	20	10,9
Tidak Tahu	84	45,7	30	16,3
Setuju	49	26,6	101	54,9
Sangat Setuju	7	3,8	32	17,4
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.185 (Sumber : Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data tabel di atas terlihat perbandingan nilai antara pra-test dan post-test. Pada pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, 26,6% (49 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen McDonald's bersikap setuju dan sangat setuju bahwa mengonsumsi McDonald's dapat menyebabkan depresi dan gangguan konsentrasi. 45,7% (84 orang) konsumen McDonald's menyatakan sikap tidak tahu. 20,1% (37 orang) dan 3,8% (7 orang) konsumen bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju. Sedangkan pada post-test, konsumen McDonald's memberi tanggapan dengan persentase tanggapan sebanyak 54,9% (101 orang) setuju dan 17,4% (32 orang) sangat setuju, 16,3% (30 orang) konsumen bersikap tidak tahu. Sisanya 2,2% (4 orang) dan 0,5% (1 orang) konsumen McDonald's bersikap tidak setuju dan sangat tidak setuju.

E. Perbandingan Tanggapan Konsumen McDonald's Sebelum dan Setelah Menonton Film Dokumenter

Berikut ini adalah tabel perbandingan untuk lebih memudahkan pengamatan perubahan hasil Pra-test dan Post-test. Peneliti menjumlahkan nilai pada setiap kuesioner dan mengkategorikan penilaian berdasarkan nilai tiap kuesioner pra-test dan post-test yang telah disederhanakan :

Perbandingan Hasil Pra-test dan Post-test				
Penilaian	Pra-test	%	Post-test	%
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Setuju	0	0	0	0
Tidak Tahu	9	4.9	1	0.5
Setuju	172	93.5	144	78.3
Sangat Setuju	3	1.6	39	21.2
Jumlah	184	100.0	184	100.0

Tabel 4.186 (Sumber: Kuesioner Pra-test dan Post-test)

Dari data pada tabel diatas, dapat di amati bahwa sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, berdasarkan hasil kuesioner pre-test, tanggapan konsumen mengenai makanan McDonald's buruk bagi kesehatan adalah tidak tahu (4,9%), setuju (93,5%), dan sangat setuju (1,6%).

Tetapi setelah menonton film dokumenter Super Size Me, tanggapan mereka mengalami perubahan yang signifikan, yaitu 0,5% konsumen bersikap tidak tahu bahwa makanan McDonald's buruk bagi kesehatan, selebihnya konsumen tetap bersikap setuju (78,3%) dan sangat setuju (21,2%) bahwa makanan McDonald's buruk untuk kesehatan.

Film dokumenter Super Size Me ternyata banyak mempengaruhi kognisi dan afeksi dari konsumen makanan cepat saji di Makassar, artinya

setelah menonton film dokumenter *Super Size Me* konsumen mengalami perubahan penilaian serta perubahan kognisi dan afeksi terhadap makanan cepat saji McDonald's. Maka dapat disimpulkan bahwa film dokumenter *Super Size Me* telah berinteraksi secara baik dengan penonton, juga berhasil mencapai tujuannya dalam hal memengaruhi penontonnya sehingga terjadi perubahan dari para konsumen makanan cepat saji McDonald's Makassar.

F. Uji Hipotesis

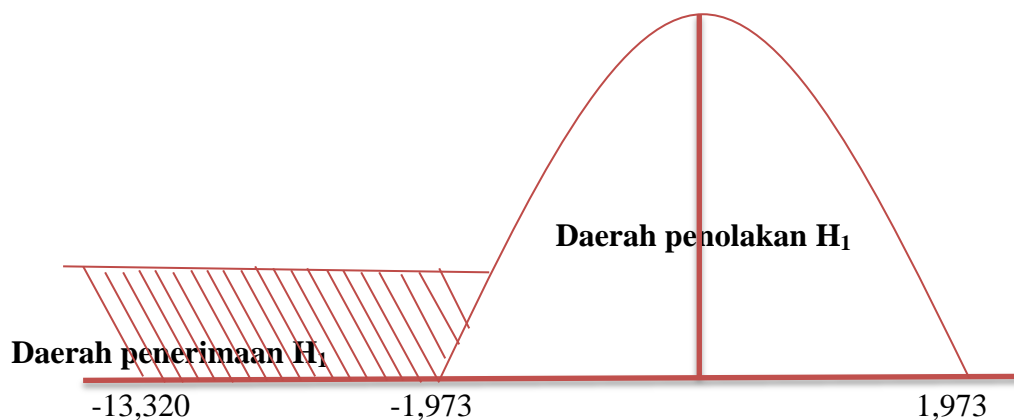
Hipotesis awal peneliti menghadirkan situasi dimana H_1 yang berarti ada perbedaan penilaian pada konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji *McDonald's* sebelum dan setelah menonton film *Super Size Me*.

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data kuesioner sebelum (pra) dan sesudah (post) yang berkorelasi, sehingga uji hipotesis menggunakan Paired sample t-test dalam SPSS 17.0 dengan hasil sebagai berikut:

Paired Samples Test									
		Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair	Pra-post	-24.625	25.076	1.849	-28.272	-20.978	-13.320	183	.000

Tabel 4.187 Hasil uji t-test Pra-test dan Post-test menggunakan SPSS

Nilai t -hitung yang diperoleh adalah -13,320 pada derajat bebas atau degree of freedom (df) 183, sedangkan nilai t -tabel sebesar 1,973 (df 183) di nilai α 0,05. Ringkasnya, $-13,320 < 1,973$ atau jatuh pada daerah penerimaan H_1 .



Gambar 4.1 Kurva Uji Hipotesis

Berdasarkan gambar kurva uji hipotesis di atas peneliti memperoleh situasi penerimaan terhadap H_1 dimana ada perbedaan penilaian pada konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji McDonald's sebelum dan setelah menonton film dokumenter Super Size Me. Dari data ini diperoleh hasil bahwa film dokumenter Super Size Me telah memberikan efek yang signifikan pada kognisi dan afeksi konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji McDonald's.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian “Efek Film Dokumenter Super Size Me Terhadap Perubahan Kognisi dan Afeksi Konsumen Makanan Cepat Saji Di Kota Makassar” dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif eksperimental guna menguji efek sebuah film dokumenter Super Size Me terhadap konsumen makanan cepat saji dengan indikator atau baseline pra-test dan post-test. Sebagaimana sebuah penelitian eksperimental, peneliti memberikan kontrol penuh terhadap variabel terikat yang dalam hal ini sampel penelitian dari konsumen makanan cepat saji McDonald’s yang berjumlah 184 orang. Akan tetapi terdapat kemungkinan bahwa peneliti tidak memiliki kontrol 100% atas sampel, sehingga apabila penelitian ini dilakukan oleh peneliti lain maka akan didapatkan hasil yang berbeda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil tanggapan dalam kuesioner pra-test atau sebelum menonton film dokumenter Super Size Me, sebanyak 4,9% konsumen bersikap tidak tahu mengenai McDonald’s buruk bagi kesehatan, 93,5% atau dominan konsumen setuju bahwa McDonald’s buruk bagi kesehatan dan 1,6% konsumen bersikap sangat setuju.
2. Berdasarkan hasil tanggapan dalam kuesioner post-test atau setelah menonton film dokumenter Super Size Me, sebanyak 0,5% konsumen bersikap tidak tahu mengenai McDonald’s buruk bagi kesehatan, 78,3%

atau dominan konsumen setuju bahwa McDonald's buruk bagi kesehatan dan 21,2% konsumen sangat setuju bahwa McDonald's buruk bagi kesehatan.

3. Perbandingan hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat perubahan yang signifikan pada sampel sebelum dan setelah menonton film Super Size Me dalam menilai makanan cepat saji McDonald's yang buruk bagi kesehatan. Uji hipotesis membuktikan bahwa H_1 dapat diterima. H_1 dalam penelitian ini adalah ada perbedaan penilaian pada konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji sebelum dan setelah menonton film dokumenter Super Size Me, hasil ini linear dengan hipotesis peneliti untuk menerima H_1 .

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran dari peneliti yang diharapkan dapat memberi manfaat adalah:

1. Berdasarkan pengalaman yang peneliti peroleh, penelitian eksperimental adalah salah satu model penelitian yang efisien jika digunakan dalam penelitian efek atau pengaruh media massa atau perilaku komunikasi, dan masih jarang dilakukan. Hal ini disebabkan karena metode dan teknis pelaksanaan penelitian eksperimen yang tidak ringan dan tidak pula berat. Sehingga bagi mahasiswa yang hendak menyelesaikan studi Strata 1, khususnya jurusan Ilmu Komunikasi hendaknya lebih sering menggunakan metode penelitian eksperimental.

2. Penelitian ini telah menyajikan hasil dari efek film dokumenter terhadap kognisi dan afeksi khalayak sebelum dan setelah menerima perlakuan dari peneliti. Sehingga ada kemungkinan penelitian kali ini bisa dilanjutkan dan diarahkan ketahap selanjutnya yaitu untuk melihat efek sebuah film dokumenter, khususnya film dokumenter *Super Size Me*, terhadap kognisi atau behavioral/perilaku konsumen makanan cepat saji terhadap makanan cepat saji. Sebagaimana berdasarkan teori efek komunikasi (Jalaluddin Rakhmat, 1994:219) bahwa efek pesan media massa dapat mengenai kognitif (apa yang diketahui, difahami, atau dipersepsi khalayak), afektif (timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak), dan behavioral (perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku).

DAFTAR PUSTAKA

- Agee, Warren K, Philip H. Ault dan Edwin Emery. 2001. *Introduction To Mass Communications*. New York: Longman.
- Ardianto, Elvinaro et al. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Aufderhaide, Patricia. 2007. *Documentary Film: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press.
- Biagi, Shirley. 2007. *Media/Impact: An Introduction To Mass Media*. USA: Thomson Learning Inc.
- Bulaeng, Andi. 2002. *Teori & Manajemen Riset Komunikasi*. Jakarta: Narendra.
- Bordwell, David. 1985. *Naration in the Fiction Film*. Madison: University of Wisconsin Press.
- Christensen, Larry B. 1988. *Experimental Methodology*. Massachusetts: Allyn & Bacon.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Cet. Ke-3. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Heru. 2002. *Mari Membuat Film: Panduan Menjadi Produser*, Cetakan Keenam 2008. Jakarta: Panduan.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Majalah Makassar Terkini. Desember 2012. *Makassar Most Favorite Award Culinary 2012*. Makassar.
- McQuail, Denis. 1987. *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publications.
- Nichols, Bill. 1991. *Representing Reality*. Bloomington: Indiana University Pers.

Nurudin. 2011. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Pratista, Himawan. 2008. *Memahami Film*. Yogyakarta: Homerian Pustaka.

Priyanto, Duwi. 2009. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta. MediaKom.

Rakhmat, Jalaluddin. 1994. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suprpto, Tommy. 2011. *Komunikasi Propaganda (Teori & Praktik)*. Yogyakarta: CAPS.

Tanzil, Chandra et al. 2010. *Pemula Dalam Film Dokumenter: Gampang-Gampang Susah*. Jakarta: In-Docs.

Warsito. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

West, Richard dan Lynn H. Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*: Jakarta: Salemba Humanika.

Wibowo, L.Adi. 2009. *Kinerja Kualitas Pelayanan Melalui Seven Romancing Moments Terhadap Pembelian Ulang Pada Restoran Hoka Hoka Bento Cabang Setiabudi Bandung*. Skripsi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.

Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia.

(http://id.wikipedia.org/wiki/Bom_McDonald's_Makassar_2002 diakses 17 Januari 2013 pukul 20.33 WITA)

<http://www.imdb.com/title/tt0390521/fullcredits> diakses 17 Januari 2013

http://en.wikipedia.org/wiki/Morgan_Spurlock diakses 22 Mei 2013 pukul 22.30 WITA)

(http://www.starpulse.com/Actors/Spurlock,_Morgan/Biography/ diakses 23 Februari 2013 pukul 01.10 WITA)